

INDICE

INTRODUCCIÓN



Casa abierta al tiempo

I. EL ACOTAMIENTO DE LA MIRADA

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

II. NUEVAS TECNOLOGÍAS Y ANTROPOLOGÍA

UNIDAD IZTAPALAPA

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

III. ALGUNOS USOS DE INTERNET EN LA ESCENA MUSICAL INDEPENDIENTE DE LA CIUDAD DE MÉXICO

POSGRADO EN CIENCIAS ANTROPOLÓGICAS

METODOLÓGICA PARA EL ANÁLISIS DE INTERNET COMO ARTEFACTO CULTURAL

Usos de internet y construcción de espacios de sentido en la escena musical independiente de la ciudad de México.

1. Sobre la "realidad" de la virtualidad
2. Sobre la capitalización de la mediación para el posicionamiento dentro de la unidad de análisis y observación de la etnografía virtual
3. Sobre la implementación de la etnografía en comunidades virtuales
4. Rosario María Guerrero Álvarez
5. Sobre la implementación de la etnografía en comunidades virtuales

IV. NOTAS FINALES DE LA PRIMERA PARTE

Tesina de Maestría en Ciencias Antropológicas

SEGUNDA PARTE

Director: Dra. Rosalía Winocur Iparraguirre

Asesores: Dr. André Dorcé Ramos

Dra. Consuelo Beas Oropeza



VI. NOTAS FINALES DE LA SEGUNDA PARTE

México, D.F.

Agosto, 2009

VII. CONCLUSIONES GENERALES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXO 1

INTRODUCCIÓN

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN ----- 3

PRIMERA PARTE

I. EL ACOTAMIENTO DE LA MIRADA ----- 5

II. NUEVAS TECNOLOGÍAS Y ANTROPOLOGÍA ----- 11

Prácticas cotidianas en Internet.
Internet no es sólo una tecnología es un artefacto cultural.

III. ALGUNOS APUNTES TEÓRICOS PARA EL DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA
METODOLÓGICA PARA EL ANÁLISIS DE INTERNET COMO ARTEFACTO
CULTURAL ----- 18

1. Sobre las implicaciones teóricas de la etnografía virtual.
2. Sobre la "realidad" de la virtualidad.
3. Sobre la capitalización de la mediación para el posicionamiento, dentro
de la unidad de análisis y observación, de la etnografía virtual.
4. Sobre la intermitente presencia del etnógrafo e informante.
5. Sobre la implementación de la etnografía en comunidades virtuales.

IV. NOTAS FINALES DE LA PRIMERA PARTE ----- 33

SEGUNDA PARTE

V. EL ENFOQUE METODOLÓGICO PUESTO EN CONTEXTO. EXPERIENCIAS
EXPLORATORIAS DEL TRABAJO DE CAMPO ----- 35

1. La intensidad de lo "independiente"; hacia el seguimiento de dos bandas
musicales y sus públicos en la Ciudad de México.
2. Una incursión sistemática a las vivencias cotidianas de músicos y
público.
3. Temporalidad de análisis; un semestre de música "independiente".
4. Definiendo territorios de sentido.
5. Lo "independiente".

VI. NOTAS FINALES DE LA SEGUNDA PARTE ----- 51

VII. CONCLUSIONES GENERALES ----- 53

BIBLIOGRAFÍA

ANEXO 1

INTRODUCCIÓN

En la actualidad el papel que la música juega en la sociedad se ha ampliado notoriamente debido a la innovación tecnológica, a los cambios en el consumo y a la participación cultural. En la época de la reproducción digital, las nuevas tecnologías han afectado la manera en que la música incide en la organización social. Emergen constantemente nuevas formas de producirla, de escucharla, de adquirirla, pero sobretodo se van dando nuevas formas de socialización alrededor de ésta, pues las personas involucradas en este proceso interactúan, valoran, critican, y a su vez procuran hacer o escuchar música. Es decir, estamos hablando de las capacidades de agencia de los participantes y no sólo de su papel como meros consumidores.

Con todo, es claro que los aficionados a la música, equipados con estas tecnologías que agilizan la circulación y reproducción de información, producen nuevos fenómenos sociales. En este marco de reflexión, este trabajo presenta los avances de nuestro proyecto de investigación que tiene como objetivo general indagar sobre los significados de interacción y los procesos de construcción de presencia que se generan entre músicos y su grupo de seguidores en la escena musical independiente de la Ciudad de México, específicamente en aquellos espacios que fusionan lo real y lo virtual. Se trata de realizar un rastreo y analizar aquellas alianzas de sentido que se dan entre unos y otros, cómo comparten gustos, cuáles son los estilos de consumo, espacios y experiencias de socialización.

La primera parte pretende hacer un recorrido teórico para situar mi perspectiva de investigación en términos epistemológicos; es decir, el compromiso por recuperar la perspectiva del actor y evidenciar la diversidad de interpretaciones que circulan alrededor del fenómeno de interés. Asimismo, justifico la utilización de dos conceptos clave (consumo cultural y capital social) en el proceso de enfoque de la mirada antropológica anclada a la situación, que en este caso es, como ya dije, los espacios de reproducción de sentido que rodean la escena de música independiente; es decir, erigir el consumo cultural y capital social, como instrumentos de observación a propósito de las nuevas formas de

producción, exhibición, circulación y consumo entorno a la música a través de los distintos espacios de socialización reales (*offline*) y las comunidades virtuales (*online*).

En un segundo apartado desarrollo un estado de la cuestión sobre la condición de los estudios de los usos y apropiaciones de las “nuevas” tecnologías como Internet desde la disciplina antropológica, y la pertinencia y relevancia de las prácticas cotidianas alrededor de ésta para su análisis. En este sentido, tomo como punto de partida para el marco teórico los alcances socioculturales que hasta hoy ha tenido Internet, que desde la perspectiva de Christine Hine en su libro *Etnografía Virtual* nos dice que para lograr un entendimiento cabal de la trascendencia de Internet para las personas, es preciso tener en cuenta que hay dos maneras de verlo: (1) como un lugar donde se gesta cultura: *cibercultura*; y (2) como un *artefacto cultural*; con ventajas analíticas respectivas e ideas propias.

Posteriormente planteo, a partir del estudio de las formas tradicionales de hacer etnografía (*in situ*), una estrategia metodológica para el análisis de Internet como artefacto cultural. Abordando las implicaciones teóricas de una etnografía virtual; la intermitencia del etnógrafo y el informante; y la implementación de la etnografía en las comunidades virtuales.

En la segunda parte, narro detalladamente la unidad de observación y análisis: planteamiento y objetivos. Y a la luz de los resultados del trabajo exploratorio de campo realizado, planteo la pertinencia de la etnografía para alcanzar los propósitos de esta investigación. Finalmente, para un entendimiento más claro es importante profundizar en ciertos términos propios de la unidad de análisis, como lo *independiente*, así que en este sentido, se desarrolla un apartado explicando cómo entender para la lectura de esta investigación el término *independiente* en la escena musical. La decisión de haber avanzado en una definición de lo independiente hasta estas alturas del trabajo, se explica porque no fue sino hasta después de mi labor exploratoria en campo que me dí cuenta de la significación que esta noción tenía, tanto para mi tesis, como para los propios informantes entrevistados.

I. EL ACOTAMIENTO DE LA MIRADA, REFLEXIONES SOBRE LOS COMPROMISOS TEÓRICO-EPISTEMOLÓGICOS PARA EL DESARROLLO DE ESTA INVESTIGACIÓN.

Sin duda toda reflexión teórica sobre los usos sociales de las nuevas tecnologías como Internet debe entenderse en el contexto de las formas de interacciones sociales propias del mundo contemporáneo y las ciencias sociales se han aproximado a éstas. A continuación recomiendo un texto que pretende dotar de contenido analítico a este contexto.

PRIMERA PARTE

La antropología, se remite a la etnografía no sólo como una forma de aproximación sistemática a la vida cotidiana de los actores sociales, las representa también un compromiso epistemológico que la antropología ha asumido desde su periodo clásico. Han sido varias las tradiciones de pensamiento que dotan de significado a este compromiso, sin embargo, para los fines de esta investigación he decidido adscribirme a la tradición no dualista.

Los compromisos epistemológicos de ésta se relacionan con la codeterminación, la implicación mutua entre la realidad social y las prácticas de los actores, es decir,

[...] los sujetos desarrollan sus actividades en el seno de una realidad con propósitos, fines, intenciones y motivos. Esta intencionalidad de las acciones no implica una premeditación de los hechos históricos, generados por la actividad colectiva, (además) [...] el sujeto es concebido como individualidad sociohistórica y, por lo tanto, actuante en y bajo las determinaciones de las formas de existencia histórica de las relaciones sociales de producción y reproducción, no como sustancia autónoma o exterior a la determinación social." (Guber, 2004: 58, parentesis mio)

¹ En contraparte, los dualistas, es decir, los positivistas y los interpretativistas, son aquellos que relevan alguno de los dos componentes de la realidad social como elemento explicativo: las estructuras sociales – materiales (positivistas) o las acciones, creencias y representaciones de los sujetos (interpretativistas).

I. EL ACOTAMIENTO DE LA MIRADA, REFLEXIONES SOBRE LOS COMPROMISOS TEÓRICO-EPISTEMOLÓGICOS PARA EL DESARROLLO DE ESTA INVESTIGACIÓN.

Sin duda toda reflexión teórica sobre los usos sociales de las nuevas tecnologías como Internet debe entenderse en el contexto de las formas de interacciones sociales propias del mundo contemporáneo y las maneras en que las ciencias sociales se han aproximado a éstas. A continuación presento un recorrido teórico que pretende dotar de contenido analítico a este contexto.

La antropología, se remite a la etnografía no sólo como una forma de aproximación sistemática a la vida cotidiana de los actores sociales, les representa también un compromiso epistemológico que la antropología ha asumido desde su periodo clásico. Han sido varias las tradiciones de pensamiento que dotan de significado a este compromiso, sin embargo, para los fines de esta investigación he decidido adscribirme a la tradición no dualista¹.

Los compromisos epistemológicos de ésta se relacionan con la codeterminación, la implicación mutua entre la realidad social y las prácticas de los actores, es decir,

[...] los sujetos desarrollan sus actividades en el seno de una realidad con propósitos, fines, intenciones y motivos. Esta intencionalidad de las acciones no implica una premeditación de los hechos históricos, generados por la actividad colectiva. (además) [...] el sujeto es concebido como individualidad sociohistórica y, por lo tanto, actuante en y bajo las determinaciones de las formas de existencia histórica de las relaciones sociales de producción y reproducción, no como sustancia autónoma o exterior a la determinación social.” (Guber, 2004: 58. paréntesis mío).

¹ En contraparte, los dualistas, es decir, los positivistas y los interpretativistas, son aquellos que relevan alguno de los dos componentes de la realidad social como elemento explicativo: las estructuras sociales – materiales (positivistas) o las nociones, creencias y representaciones de los sujetos (interpretativistas).

Con esta cita espero haber puesto en claro que el supuesto epistemológico del que mi investigación parte es aquel según el cual las acciones y representaciones de los hombres, sobre sus acciones y su mundo, forma parte de la realidad social y deben ser comprendidas. Esta comprensión se da en un doble proceso: el investigador interpreta la información brindada u observada de los sujetos de su interés, quienes a su vez interpretan a todos los demás miembros de su mundo social. Además, el investigador debe asumirse también como un sujeto más que, en el proceso de interpretar los discursos y prácticas de los otros, incide en la conformación de esos mismos.

En resumen, mi compromiso epistemológico ostenta dos grandes dimensiones, la necesidad de recuperar la perspectiva del actor sobre el mundo social donde se desenvuelve y la necesidad de reconstruir la diversidad con que esa perspectiva reproduce y resignifica una variedad de mundos posibles anclados a distintas situaciones.

Ahora bien, este proceso de reconstrucción de la diversidad a partir de la recuperación de la perspectiva del actor está profundamente imbricado en una cierta concepción de la naturaleza del mundo social. Para esta investigación es de especial interés la concepción de que, en el mundo social contemporáneo, los sujetos se han descentrado de aquellos referentes macro-estructurales (objetivos o subjetivos) garantes de la integración social para inaugurar una etapa de producción social del destino.

“En este contexto el *self* experimenta una metamorfosis que le lleva del individuo ‘dirigido internamente’, que Weber observó en la primera modernidad, a individuos ‘dirigidos por los otros’ para los que sus contemporáneos constituyen la fuente de dirección para el individuo, sea los que conoce o aquellos con quienes tiene una relación indirecta, a través de amigos y de los medios masivos de comunicación. [...] Las metas hacia las cuales tiende la persona dirigida por los otros varían según esa orientación: lo único que permanece inalterable durante toda la vida es el proceso de tender hacia ellas y el prestar profunda atención a las señales procedentes de los otros.” (Beriaín; 2005:286)

Mirar mi objeto de investigación desde esta perspectiva me posibilita enfatizar en la importancia de la autorepresentación de los actores en cualquier proceso de interacción social, y, además, poner en el centro de la reflexión la cada vez más intensiva utilización de las nuevas tecnologías para la construcción de esa autorepresentación y de los vínculos sociales. Sin embargo, tengo claro que mi investigación no pretende ostentar un tono de explicación universalista sobre la manera en que los sujetos construyen sus interacciones en la modernidad.

Más bien, y recurriendo de nuevo a los imperativos epistemológicos que me he planteado, me interesa analizar el fenómeno de mi interés conociendo “lo singular en su universalidad, y lo universal en su singularidad” (García; 1984, citado en Guber; 2004:59), es decir, pretendo introducirme en la lógica de las situaciones en que los sujetos interactúan, poniendo especial atención en las referencias que, desde su perspectiva, hacen del mundo social al que pertenecen, la idea es reconstruir el universo de sentido que delimita su esfera de interacción.

Este análisis de las situaciones estará sometido, pues, a la reconstrucción de aquellas estrategias de reproducción y resignificación de los mecanismos de interacción que llevan a cabo los actores involucrados en la escena de música independiente de la ciudad de México.

Para lograr esto, considero importante valerme de dos conceptos clave para el análisis de cualquier fenómeno social que involucre la producción, distribución y consumo de cualquier objeto cultural, como la música, y los flujos de interacciones sociales que dotan de dinamismo y cohesión a una comunidad interpretativa como la escena musical.

Me refiero al *consumo cultural* y al *capital social*. El primero lo entiendo como una práctica socialmente condicionada en la que los individuos actúan selectivamente al apropiarse y “hacer suyos” determinados bienes y prácticas, dándoles usos y sentidos sociales locales (Santillán *et al.*;2004:46). Para llegar a esta conceptualización es necesario...

[...] descartar la definición conductista del consumo; es decir, aquella donde éste queda reducido a una simple relación entre necesidades y los bienes creados para satisfacerlas. Pero descartar la definición conductista del consumo supone a su vez replantearse para trascender dos elementos que sustentan esta definición. Por una parte, la concepción naturalista de las necesidades, lo que implica reconocer que éstas son construidas socialmente y que incluso las necesidades biológicas más elementales se satisfacen de manera diferente en las diversas culturas y en distintos momentos históricos. Por otra parte, la concepción instrumentalista de los bienes, vale decir aquella que supone que los bienes tienen sólo un valor de uso para satisfacer necesidades concretas (Sunkel; 2002: 288).

Así el consumo va más allá de la satisfacción de necesidades que puedan generar la utilidad pragmática de los objetos consumidos. A través del consumo se accede a distintos niveles de status; el consumo se convierte en una práctica social que determina la pertenencia de los individuos a determinados grupos, clases, o subclases sociales, y es por tanto una forma de distinción. La práctica del consumo, vista desde esta perspectiva pone especial atención a la dimensión simbólica del objeto consumido.

Desde esta perspectiva la racionalidad del consumidor será, entonces, la de “construir un universo de sentido inteligible con las mercancías que elija” (García Canclini; 1993:81). Así, el consumo de cualquier objeto representa una práctica cultural. En consonancia, Canclini define el consumo como “el conjunto de procesos socioculturales en que se realiza la apropiación y los usos de los productos” (García Canclini; 1999:34). El consumo se convierte pues en una práctica sociocultural en la que se construyen significados y sentidos del vivir en sociedad.

Por otro lado, entiendo el capital social como aquellos recursos capaces de movilizar, a favor del actor, redes de relaciones sociales más o menos extensas, derivadas de la pertenencia a diferentes grupos. Así, estas relaciones pueden proveer recursos valiosos para el logro de ciertos fines y pueden ser creados, mantenidos o destruidos.

El capital social se relaciona con la representación que tienen los actores sobre un conjunto de normas de confianza, valores, actitudes e instituciones en una sociedad, debe asumirse como un recurso central en la estructuración de redes entre personas. Es decir, mirar los fenómenos sociales desde la óptica del capital social permite obtener información sobre el grado de asociatividad entre los diferentes actores al momento de emprender acciones a su favor o colectivas.

Al igual que el consumo cultural, este concepto ha resurgido como respuesta a los fracasos de las ideas economicistas, resaltando la necesidad de incluir en el análisis de las relaciones de mercado, elementos como la confianza interpersonal, la asociatividad y la representación de los valores predominantes en la cultura de una sociedad. El capital social contribuye a fortalecer las relaciones entre los actores formando redes sociales.

Ahora bien, para Bourdieu, el concepto de capital social no tendría sentido si no se vincula analíticamente con sus otros tres capitales (cultural, simbólico y económico); la razón es que para él, el objetivo de analizar el espacio social en su totalidad requiere de las múltiples relaciones de interdependencia que estos tres conceptos presentan al momento de observar los procesos, las estructuras y capacidades de agencia concurrentes en cualquier interacción social.

Con todo, para los fines de esta investigación asumo que el capital social y el consumo cultural deben mirarse como interdependientes, como estructurantes de las prácticas, percepciones y relaciones que los actores muestran en el proceso de construcción de comunidades de sentido.

Así, estos dos conceptos los introduzco por su capacidad analítica que, en un primer momento me ayudarán a acotar la mirada sobre los procesos que me interesa observar, a saber, los significados de las interacciones cotidianas entre los músicos de la escena independiente y sus públicos.

Tengo claro que mi investigación no pretende, ni generar una tipología de formas de consumo cultural musical, ni explicar el incremento o disminución del capital social por el uso que dan a Internet los implicados en la escena de

música independiente. La utilización de estos conceptos siempre estará subordinado al interés central de mi investigación: reconstruir los universos de sentido, involucrados en las múltiples vías de contacto entre el músico y el público de la escena de música independiente de la Ciudad de México.

Después de este repaso sobre mis decisiones epistemológicas y teóricas desde la teoría social antropológica, paso ahora al desarrollo del estado del arte sobre los vínculos analíticos que he identificado entre esta disciplina y los estudios culturales de las nuevas tecnologías.

Para la construcción del conocimiento científico de cualquier disciplina es necesaria una immanente articulación teórico-metodológica. En las ciencias sociales, el lado metodológico se conforma por una serie de técnicas cualitativas y cuantitativas para la recepción, organización y análisis de datos. La antropología se ha distinguido por haber desarrollado técnicas que le han dado una identidad particular con respecto a otras ciencias sociales, mismas que la han ubicado en un lugar diferenciado; en este escrito me refiero particularmente a la etnografía.

Si bien la antropología, desde sus albores se ha caracterizado por estudiar otras sociedades y otras culturas, recordemos que en un principio los estudios y análisis que se hacían de los datos no eran recabados directamente por el antropólogo, sino por sus informantes. Más tarde es cuando surge el trabajo de campo, donde la base del conocimiento es *in situ*, se vuelve preciso y rompe con la escisión entre recolector-analista experto.

Estas formas de obtener información de los objetos de estudio de nuestro interés se han ido transformando y se han buscado adecuaciones a la par de los cambios económicos, políticos y culturales en nuestras sociedades modernas, tal es el caso de la expansión de las nuevas tecnologías; su impacto en los individuos ha despertado el interés de científicos sociales para estudiarlos desde distintos ángulos, generando nuevas propuestas para construir y analizar variados objetos de investigación.

II. NUEVAS TECNOLOGÍAS Y ANTROPOLOGÍA

El estudio, desde la disciplina antropológica, de los usos sociales de nuevas tecnologías como Internet, es un campo que apenas comienza a ser explorado, al menos en lo que a la antropología en México respecta, pues aún se encuentra en tela de juicio para este gremio la idea de que una tecnología como Internet pueda ser susceptible de ser estudiada antropológicamente.

Para la construcción del conocimiento científico de cualquier disciplina es necesaria una inmanente articulación teórico-metodológica. En las ciencias sociales, el lado metodológico se conforma por una serie de técnicas cualitativas y cuantitativas para la recabación, organización y análisis de datos. La antropología se ha distinguido por haber desarrollado técnicas que le han dado una identidad particular con respecto a otras ciencias sociales, mismas que la han ubicado en un lugar diferenciado; en este escrito me refiero particularmente a la etnografía.

Si bien la antropología, desde sus albores se ha caracterizado por estudiar otras sociedades y otras culturas, recordemos que en un principio los estudios y análisis que se hacían de los datos no eran recabados directamente por el antropólogo, sino por sus informantes. Más tarde es cuando surge el trabajo de campo, donde la base del conocimiento es *in situ*, se vuelve preciso y rompe con la escisión entre recolector-analista experto.

Estas formas de obtener información de los objetos de estudio de nuestro interés se han ido transformando y se han buscado adecuaciones a la par de los cambios económicos, políticos y culturales en nuestras sociedades modernas, tal es el caso de la aparición de las nuevas tecnologías; su impacto en los individuos ha despertado el interés de científicos sociales para estudiarles desde distintos ángulos, generando nuevas propuestas para construir y analizar variados objetos de investigación.

Hine habla de una reconceptualización de la relación entre las Comunicaciones Mediadas por Ordenador (CMO) y las ciencias sociales; esta reconceptualización, que más bien es una reconciliación, ocurre cuando las disciplinas académicas sociales se dan cuenta de las significativas relaciones sociales construidas en Internet; fue sólo después de esta revelación que intentaron comprenderla como *un entorno de relaciones sociales en sí mismo*, más que verlo como un medio al que se le atribuyen efectos positivos y negativos sobre otros contextos. Es así como, una vez asumidas las CMO como un espacio con cultura, se convierte en tema de interés para la antropología, los estudios culturales, la ciencia política, la comunicación social, la psicología y la sociología; en estas disciplinas son los estudios cualitativos e interpretativos quienes consiguen un lugar protagónico al momento de analizar, en sus propios términos, un contexto cultural como Internet.

Internet ha venido a apilar y a ocupar un lugar nada desdeñable dentro de las sociedades

Una de las líneas que sobresale, y que se amalgama muy bien con la disciplina antropológica, es aquella que considera a Internet como un nuevo territorio de lo social, un espacio en donde constantemente se construyen y reconstruyen nuevas realidades, interacciones y prácticas sociales, discurrendo sobre las condiciones de posibilidad para la aparición de una cibercultura que, siguiendo a Galindo (1998, en López, 2006:65), “[...] ha propiciado la emergencia de un nuevo territorio de lo social que las ciencias sociales han abordado en un proceso de reconfiguración mutua; trasladando, adaptando o reinventando teorías, métodos y propuestas. Se trata de un territorio que, aunque sí más visible, no es, al menos, totalmente, nuevo.” Así, es como cobra sentido el arriesgarse a sumergirse en realizar estudios más profundos en este campo y desde la trinchera de la antropología.

no desarrollaríamos estudios en Internet desde una perspectiva que se circunscribe al modo en que los sujetos hacen

Me parece importante ensalzar aquí que lo que importa en ese territorio intangible, no es únicamente considerar las funciones que efectivamente cumple Internet en las sociedades (información, interconectividad), sino además, analizar simultáneamente los usos y prácticas sociales que ocurren dentro (*online*) y fuera (*offline*), evidenciando las influencias mutuas entre estas dos esferas de socialización y poniendo especial atención a los significados que las personas dan a esas prácticas.

Prácticas cotidianas en Internet

La antropología social se destaca por detenerse en aquello que otras disciplinas suelen pasar por alto: el mundo tal y como lo viven y explican sus propios protagonistas (Guber; 2004:22). Estos protagonistas, que hoy forman parte de una era globalizadora, son incitados a constantes movimientos y los sitúa en distintos contextos y tiempos, volátiles y disímiles. Esto mismo ha propiciado que la antropología amplíe sus horizontes para la edificación de nuevas unidades de análisis a la luz de lo ya estudiado y que al mismo tiempo se vislumbren novedosas condiciones que permiten repensar lo ya registrado sobre la humanidad.

En este sentido, y ubicados en un contexto global, es como Internet ha venido a agitar y a ocupar un lugar nada desdeñable dentro de las sociedades modernas, y por ende, en las investigaciones desde las ciencias sociales como la antropología.

Los análisis y debates expuestos sobre Internet son muchos, y de diversa calidad y profundidad conceptual. En la bibliografía sobre el tema encontramos diversos polos de atracción que reflexionan sobre esta tecnología: Internet como parte estructural de una nueva era de la sociedad de la comunicación y la información; Internet como carretera de la información; como responsable de una brecha digital irrefrenable y como una tecnología que acarrea problemas de inserción al mundo globalizado ocasionado por el analfabetismo digital. Pero, ¿y qué pasa con ese otro lado de la moneda representada por los usuarios de dicha tecnología? ¿Cómo desarrollaríamos estudios en Internet desde una perspectiva que se circunscribe al modo en que los sujetos hacen uso y se apropian de tal tecnología? Y de este modo, ¿cómo rastrear conexiones que manifiesten concretamente los vínculos entre lo virtual/real, en otras palabras, lo *online/offline*? y ¿cómo abordar estos problemas desde el punto de vista metodológico para dar cuenta de cómo los sujetos han incorporado a su cotidianeidad estas nuevas formas de interacción social?

Este proyecto busca reflexionar sobre lo ya escrito a propósito de las técnicas de investigación antropológica pero adaptándolas a un entorno virtual. La antropología es la disciplina que ha sabido perfilar, con suficiente rigurosidad, modelos teóricos y metodológicos para estudiar al individuo en su propio contexto, a través de la técnica del trabajo de campo y de la observación participante en la dinámica de la vida cotidiana. Pero sobretodo, este escrito, busca cavilar sobre la construcción de una metodología *ad hoc* para realizar un análisis sobre los usos y apropiaciones de Internet en la vida cotidiana de los sujetos, pues en la actualidad ya no podemos ver a Internet como un espacio que sólo debe ser estudiado desde su propia trinchera, desde sus propios procesos (cibercultura). Internet es, existe, en la medida del uso que se le dé y de lo que ahí se genera y produce por sus usuarios, pero también en la medida en que su experiencia encuentra resonancias constantes con la vida cotidiana *offline* de lo sujetos.

Internet no es sólo una tecnología es un artefacto cultural

Empezaré por resaltar la relevancia sociocultural de Internet hoy día. Christine Hine muestra en su texto *Etnografía Virtual* que el agente de cambio no se encuentra en la tecnología misma, sino en los usos y la construcción de sentidos generados alrededor de ella. La apuesta de las predicciones futuras sobre esta tecnología es estudiar las prácticas cotidianas alrededor de Internet, haciendo uso de una metodología idónea para este tipo de estudios: la etnografía. En la medida en que se puedan rastrear y examinar las complejas interrelaciones manifestadas en diferentes contextos (*online- offline*), es que se podrá avanzar en el conocimiento de este fenómeno.

Desde esta lógica, las creencias y representaciones sociales que se tienen con respecto a Internet generan repercusiones importantes tanto en la relación individual que se tenga con la tecnología, como en las relaciones sociales que se construyan a través de ella. En este orden de ideas, Hine reitera que la etnografía puede ser un recurso adecuado para recuperar un sentido enriquecido de los significados que va adquiriendo Internet en las culturas que la abrigan o en las que se conforman gracias a ella.

En este sentido, me parece que proceder desde los compromisos epistemológicos que le son inherentes al enfoque etnográfico, ayuda igualmente a diluir la ingenua controversia sobre el hecho de que cualquier estudio sobre los usos de Internet no puede ambicionar a resultados representativos, justo por el bajo nivel² de presencia que tiene el acceso a esta tecnología en los hogares de todo el mundo.

Para Todavía hay quienes confunden el impacto de las nuevas tecnologías con la posesión de aparatos. Así, insisten torpemente en hablar de brechas digitales y en descalificar las investigaciones sobre las tecnologías apelando a la no posesión de objetos (sin embargo, es posible hablar del impacto generalizado de las nuevas tecnologías) precisamente porque hay que hablar de los efectos cotidianos de esas tecnologías, del proceso de normalización que hace invisible dicho impacto. (Mora; en López; 2006:6 [paréntesis mío]).

En ese mismo sentido Hine sostiene que:

[...] si nos alejamos de las encuestas de usuarios y nos adentramos en un terreno más informal, encontraremos un panorama algo diferente: Internet está en todas partes. Con regularidad vemos reseñas sobre sitios Web en revistas o periódicos, se comenta extensamente sobre Internet en televisión. Los motivos que fomentan el mundo online pueden tener que ver con los intereses comerciales, propiedades compartidas o con el atractivo que sienten casi todos los periodistas por lo nuevo y por la moda. [...] Internet trasciende los espacios mediáticos dedicados a hombres, mujeres o jóvenes, pero no porque aparezca en los medios de comunicación social como una tecnología corriente, sino por su presencia "real" en un inmenso espectro de escenarios (Hine; 2004:41).

Esto quiere decir que, actualmente, los referentes sobre Internet existen cotidianamente en todos lados, dar una dirección de correo electrónico o de una página Web se ha convertido en algo rutinario. Esto lleva a Hine a asumir que Internet funciona porque la gente sabe, de un modo u otro, cómo darle uso. "Internet está al alcance de la mano en tanto objeto cultural, cuando menos, para un público significativo" (Hine; 2004:42).

² Que según el *Internet World Stats* asciende solamente al 23.8% de la población mundial. Estas estadísticas se pueden consultar en la página: www.internetworldstats.com

La socialización de la comprensión de los usos de Internet se da por un entramado de redes sociales y su significación corresponde al contexto en el que es empleada; es decir, Internet está representado socialmente en muchas más personas de las que ocupan una computadora con acceso a la Web y, obviamente, estas representaciones son distintas y están determinadas por el contexto sociocultural de los usuarios.

Para lograr una comprensión integral de lo que significa Internet para las personas, es necesario tener en cuenta que hay dos formas, desarrolladas por la teoría social, de ver a Internet; por un lado, Internet como un lugar donde se gesta una cultura: *cibercultura*; y por el otro, como un *artefacto cultural*. Cada una con ventajas analíticas particulares e ideas propias. La primera, ocurre cuando Internet es visto como un espacio que puede conformar interacciones ricas y conformar comunidades, que bien pueden ser entendidas como elementos constitutivos de una cultura en sí misma; la segunda, ocurre cuando Internet es percibido como un producto de la cultura: “por ser una tecnología creada por personas concretas, con objetivos y prioridades contextualmente situados y definidos, y también conformada por los modos en que ha sido comercializada, enseñada y utilizada” (Hine;2004:19).

En este sentido y para tomar en cuenta a Internet en ambas dimensiones, (como cultura y como artefacto cultural) es necesario repensar la relación entre espacio y etnografía; y repensar también la trascendencia de la concepción temporal y espacial que cruzan una y otra vez la línea de lo *online* y lo *offline*. “Decir que Internet es un objeto o un artefacto cultural como cualquier otro, no implica que sea el mismo objeto para todas las personas [...] Internet está en todas partes, pero no del mismo modo” (Hine;2004:43).

El concepto de Internet como artefacto cultural se valida al momento de complejizar la tendencia clásica a concebirlo sólo como una cultura en sí misma. El giro de la reflexión dado por Hine encontró en los usos de ésta tecnología un origen también social. Es decir, su principal objetivo es indagar en la construcción social de la cibercultura. Un argumento metodológico que se desprende de esta reflexión es que, cualquier intento por investigar Internet

desde las ciencias sociales, necesariamente debe esforzarse por reconstruir las interconexiones entre los distintos espacios sociales, tanto *online* como *offline*, que le dan sentido al uso y a la existencia real-imaginaria de esta tecnología.

A lo largo de este apartado, desglosaré cinco ideas que, entre sí, funcionan

En suma, construir una unidad de análisis tomando en cuenta sólo lo que pasa en Internet, es constreñirse al estudio de una cibercultura, en donde las indagaciones girarían en torno a qué ocurre dentro, cómo hacen uso de las herramientas que soportan los software, que símbolos significativos radican en ese espacio. Por el contrario, y no lo más indicado, edificar esa unidad de análisis desde la perspectiva de la sociedad de la información, se focalizaría en ver a Internet únicamente como tecnología, o sea, cómo llega a las personas, cuánto cuesta, cuántos la usan, etcétera. En cambio, hacer una reflexión que combine ambos aspectos (cibercultura y sociedad de la información) nos hace pensar, como ya he dicho antes, en la posibilidad de hacer estudios de Internet como un artefacto cultural, pues ninguna tecnología se apropia en abstracto. Considero que aproximarse antropológicamente a Internet de este modo, abre una gama de opciones muy fecundas para realizar estudios sobre este artefacto en relación a distintos contextos.

Los antropólogos sabemos que la forma más difundida de hacer etnografía se cimentó sobre un carácter meramente presencial; la relación cara a cara del investigador con su objeto de estudio era determinante para la recabación de datos, para el contacto cotidiano con los informantes y para una descripción fidedigna del lugar y de las relaciones sociales (Hine, 2004: 58).

Hacer etnografía virtual reconfigura esa manera tradicional de hacer etnografía, pues, al trasladarla a un contexto como el de Internet, reconsidera los cimientos sobre los que se legitima la aplicación de este método e intenta problematizar los usos de Internet relacionando la investigación de campo con un escenario donde el espacio y el tiempo se encuentran dislocados, es decir, resolver como las personas se relacionan entre sí, en un lugar donde la localización espacio-temporal del Otro se percibe ubicua e intermitente.

III. ALGUNOS APUNTES TEÓRICOS PARA EL DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA METODOLÓGICA PARA EL ANÁLISIS DE INTERNET COMO ARTEFACTO CULTURAL.

A lo largo de este apartado, desglosaré cinco ideas que, entre sí, funcionan complementariamente para aproximarse a cualquier objeto de estudio que involucre, como elemento importante, la reflexión sobre Internet y sus múltiples resonancias en las sociedades contemporáneas.

1. Sobre las implicaciones teóricas de la etnografía virtual.

Según la idea de forma tradicional de hacer etnografía, la importancia radica en la presencia del investigador en el campo de estudio y en el compromiso que sostiene con los habitantes en la vida cotidiana de ese campo. La etnografía virtual generalmente opera problematizando los usos cotidianos de Internet; esta red, al ser vista como forma de comunicación, como un objeto dentro de la vida de las personas y como lugar de establecimiento de comunidades, se mantiene y reproduce a través de las prácticas, interpretadas y reinterpretadas, que los usuarios se hacen de ella.

Los antropólogos sabemos que la forma más difundida de hacer etnografía se cimentó sobre un carácter meramente presencial; la relación cara a cara del investigador con su objeto de estudio era determinante para la recabación de datos, para el contacto cotidiano con los informantes y para una descripción fidedigna del lugar y de las relaciones sociales (Hine; 2004:58).

Hacer etnografía virtual reconfigura esa manera tradicional de hacer etnografía, pues, al trasladarla a un contexto como el de Internet, reconsidera los cimientos sobre los que se legitima la aplicación de este método e intenta problematizar los usos de Internet relacionando la investigación de campo con un escenario donde el espacio y el tiempo se encuentran dislocados, es decir, resolver cómo las personas se relacionan entre sí, en un lugar donde la localización espacio-temporal del Otro se percibe ubicua e intermitente.

El Otro, además de encontrarse dislocado en el espacio-tiempo, también se encuentra trastocado en términos identitarios; las identidades juegan un papel significativo cuando de interacciones sociales se trata. El tema de las identidades es el que más polémica ha provocado cuando se ha hablado sobre el impacto social de Internet. Los estudios al respecto tienen su origen en Goffman, y aunque sus ideas y propuestas habían sido elaboradas para contextos "presenciales", me parece que es muy apropiado repensarlas intentando generar una adecuación para un contexto virtual. Goffman habla de la representación teatral, a modo de explicar la manera en que el individuo se presenta y representa su actividad ante otros, cómo conduce y controla la impresión que los otros tienen de él y qué puede o no hacer en presencia de los demás. Esta definición ya es clásica en ciencias sociales, sin embargo, contribuye demasiado a la hora de tener que enmarcar cierto posicionamiento teórico para el estudio del ciberespacio.

Para hacer un estudio socioantropológico del ciberespacio, es necesario tomar Turkle ya consideró que Internet y otros contextos de comunicación *online* servían como espacios en los que se dan constantes construcciones y reconstrucciones de las identidades y donde, por tanto, es posible reconstruir el "significado de la identidad entendida como una" (Turkle en López; 2006:73).

En Internet las personas son sólo lo que quieren mostrar de sí mismas, pueden interactuar sin mencionar su nombre o cambiando aspectos de su personalidad, origen social, sexo y edad. Ahora bien, si en algún momento todos pueden simular ser otro, es claro que existen consecuencias sobre las nociones de identidad y de alteridad. "El otro deja de ser alguien en particular para volverse imaginariamente muchos otros, mutar entre varios o volverse inasible entre las representaciones posibles" (Winocur; 2001:81).

Cuando un etnógrafo pasea por el ciberespacio intentando encontrar la esencia real y verdadera de sus informantes podría condenarse a caminar en círculos, el medio de contraste para validar las interacciones ciberales no puede ser la "vida real", tampoco se puede pretender utilizar Internet como gatillo inicial para lograr el objetivo final de encontrarse cara a cara con los informantes. Es cierto que en Internet el etnógrafo no desplaza su cuerpo y ni viaja a campo,

también es cierto que en Internet el etnógrafo pierde información valiosa sobre olores, texturas y personalidad de sus informantes; sin embargo, tampoco podría decirse de tajo que el etnógrafo no viaja ni se sitúa en su lugar de campo, ni que no logra captar rasgos significativos del contexto y la subjetividad de sus informantes.

2. Sobre la "realidad" de la virtualidad.

El ciberespacio no tiene que ser visto como un lugar apartado de cualquier conexión con la "vida real" o de la interacción cara a cara. Internet se conecta de formas complejas con entornos físicos que facilitan su acceso. Medios interactivos como Internet pueden entenderse de dos modos: como *cultura* y como *artefactos culturales*.

Para hacer un estudio socioantropológico del ciberespacio, es necesario tomar en cuenta, o verlo desde la óptica de, las múltiples conexiones cotidianas que van del *online* al *offline* y viceversa, porque

[...] cuando hablamos de espacios cotidianos estamos hablando de los espacios de la ciberciudad, de la hibridación entre espacios presenciales y virtuales, desdibujando a propósito la línea entre ambos: las identidades en la ciberciudad se configuran no sólo a través de nuestra presentación y las múltiples interrelaciones que mantenemos con otras personas en diferentes ámbitos (desde la calle hasta un *chat*), sino a través de nuestros recorridos por ella, de las huellas que dejamos al practicarla, aunque no seamos conscientes de la forma en que estamos contribuyendo a transformarla (Winocur; 2001:74).

Esta idea critica las muchas disquisiciones que han hecho otros estudiosos sobre la dicotomía real/virtual. En este sentido, reitero, apelaría más bien a discurrir sobre las maneras en que ocurren los emplazamientos de las prácticas generadas en la red a espacios presenciales y viceversa, dicho de otro modo, evidenciar el proceso de traslado de ciertas prácticas y maneras de relacionarnos a la vida cotidiana. Así, en vez de pensar la realidad *física* y la realidad *virtual*, la analógica y la digital, como dos realidades desconexas y en

disputa, es más sugerente ver su mezcla y complementariedad. Actualmente, la realidad que se piensa *física* está virtualizada, pues está caracterizada por discursos contruidos desde lo *virtual* y la que se piensa *virtual* está anclada en referencias espaciales físicas y concretas.

En el ciberespacio, los “envíos” a la realidad física y concreta son generalizados; las empresas, los gobiernos y los usuarios generan contenidos que remiten a coordenadas físicas para la ubicación de lugares (domicilios particulares, zonas turísticas y de entretenimiento, oficinas de gobierno, etcétera), lo mismo pasa cuando las referencias son representaciones virtuales de zonas físicas concretas (mapas interactivos de la ciudad, croquis, espacios recreados como paseos virtuales de algún museo o alguna calle emblemática). En Second Life³, por ejemplo, es posible visitar y desplazarse por el paseo de la Reforma y por las pirámides de Teotihuacan.

De la misma manera, no es difícil que, después de pasar un día entero sin conectarse a Internet, no hayamos escuchado u observado algún “envío” al ciberespacio. En el periódico, la televisión, la radio, en los anuncios espectaculares, los documentos oficiales de la oficina o la escuela, en las pláticas de los transeúntes y en las de los usuarios que nos acompañan en los trayectos del transporte público; encontramos referencias a algún sitio Web, correo electrónico, algún *podcast*, *blog* o *space*.

Después de un rastreo auditivo y visual⁴ sobre las palabras con que las personas asocian a Internet concluí que los verbos más comunes que se utilizan para hablar de Internet son: navegar, visitar, buscar, encontrar, enviar, adjuntar, mirar, comprar y platicar o chatear. Los más inusuales, en cambio, son: subir, bajar o descargar, comentar, diseñar, postear, linkear, hackear, crackear y codificar. Estos datos, a pesar de haber sido obtenidos de forma arbitraria, reflejan, al menos, el grado de familiaridad con que los sujetos -

³ www.secondlife.com

⁴ Este rastreo no fue sistemático ni estructurado, fue producto de mis conversaciones con compañeros y profesores de universidad, familiares y amigos, así como de mi contacto habitual con los medios de comunicación masiva y con personas desconocidas que ocasionalmente hablaban de Internet y en cuya plática no estaba yo incluida. Además, me esforcé porque ninguno de estos datos fueran obtenidos de Internet.

situados en espacios de interacción física-concreta- hablan del ciberespacio y “envían” a sus interlocutores a éste.

Concluyo este apartado afirmando que la cualidad ontológica básica de Internet es su particularidad eminentemente social. Dicho con más claridad: “A lo que nos remite esto es a un tipo de espacio (no-atómico, practicado) que no tiene más entidad ontológica que la de sus usuarios y sus prácticas sociales. Es decir, su cualidad ontológica es sólo pragmática, comportamental” (Mayans; 2002b).

Con lo dicho hasta ahora, las preguntas a responder serían: ¿Cómo los sujetos llegan a comprender las capacidades y posibilidades de Internet? ¿De qué modo afecta Internet a la organización de las relaciones sociales en el tiempo y el espacio? ¿Es distinta esa organización a la de la “vida real”? Y si la respuesta es afirmativa, ¿cómo los sujetos reconcilian lo virtual y lo real?

3. Sobre la capitalización de la mediación para el posicionamiento, dentro de la unidad de análisis y observación, de la etnografía virtual.

Las interacciones mediadas por nuevas tecnologías llevan a reconsiderar la correlación “etnografía - lugar concreto”. Estudiar la conformación y reconfiguración del espacio, a través de interacciones mediadas, representa una gran oportunidad para la perspectiva etnográfica. Más que multi-situada, podríamos pensar en la etnografía de la interacción mediada por computadora como fluida, dinámica y móvil, a pesar del poco o nulo desplazamiento corporal del etnógrafo.

La etnografía virtual o la etnografía que trabaja ciber-espacios necesita poner énfasis en la observación detallada sobre lo minúsculo y aparentemente irrelevante. Porque lo ciber-social tiene un altísimo componente de banalidad, trivialidad, cotidianeidad, que hace que sus manifestaciones sean pequeñas y efímeras, pero, paradójicamente, irremplazables e imprescindibles para que se produzca sociedad (Mayans en López; 2006:83).

Replantear la idea "etnografía-lugar concreto" es el aspecto a reconstruir, pues como bien dice Hine, las interacciones mediadas llevan a deliberar sobre una etnografía asituada.

Inicialmente, la etnografía pretendió, entre otras cosas, ser un método para acercar lo exótico y/o lo desconocido a occidente, y la forma más depurada de hacerlo fue viajar para participar en y observar lo exótico y/o lo desconocido. Al tiempo que las ciencias sociales avanzaron y el imperativo de la medición sofisticada de los datos y la demostración de los resultados se generalizó, la ventaja comparativa que le quedó a la etnografía fue este tono rebelde y holístico por prescindir de la medición y la demostración; a cambio ofreció la descripción densa, la reflexión y la comprensión de cómo las personas interpretan y simbolizan sus propias vidas y los hechos sociales que las determinan y que, a su vez, ayudan a producir y reproducir.

Con la difusión de las industrias y el crecimiento de las grandes ciudades, los antropólogos ya no sólo se interesaron por lo exótico y lo desconocido, viraron ahora hacia el análisis de lo próximo y lo rutinario, este cambio de perspectiva lo desarrolló, principalmente, la antropología urbana. Durante mucho tiempo (aproximadamente dos tercios del siglo XX), esta subdisciplina, se dedicó a levantar estudios sobre las formas de vida *en* la ciudad, utilizando como medio de contraste escenarios rurales. Así, su producción giró en torno a estudios de caso sobre cómo los distintos grupos sociales emergentes en las ciudades se relacionaban entre sí, consumían mercancías, construían escenarios de interacción y se distribuían habitacionalmente en la ciudad. (García Canclini; 2005).

En los últimos años, la antropología urbana, se dio cuenta que la adición de múltiples estudios de caso, no son suficientes para comprender integralmente La Ciudad, era necesario anclarlos a una lógica que los incluyera y trascendiera, fue así que la unidad de análisis dejó de ser un grupo social y pasó a ser la ciudad misma. En este cambio de perspectiva, se intentó buscar denominadores comunes en todas las ciudades, de tal forma que se empiece a hablar de relaciones interétnicas e interculturales cuyos efectos quedan

explicitados en conceptos como multiculturalidad y segregación entre lo local y lo global. Uno de los esfuerzos que se adscriben por encontrar denominadores comunes es aquel que se enfoca en el estudio del espacio urbano, de la calle.

La antropología urbana se presenta entonces más bien como una antropología de lo que define la urbanidad: disoluciones, socialidades minimalistas, frías, vínculos débiles y precarios conectados entre sí hasta el infinito, pero también constantemente interrumpidos, simultaneidades y dispersiones. La antropología urbana no puede ser otra cosa que una antropología del espacio público, es decir de las superficies hipersensibles a la visibilidad, de los deslizamientos, de escenificaciones que no deberíamos dudar en calificar de coreográficas (Delgado en López; 2006:110).

¿Quiénes son los protagonistas del espacio público? Se pregunta el mismo autor. “[...] Todo lo que en la ciudad puede ser visto flotando en su superficie” (Delgado en López; 2006:110). Los argumentos de Delgado sobre su concepción etnográfica del espacio público están contextualizados en el ámbito de la urbe *offline*, sin embargo, decidí utilizar esta definición de antropología urbana porque creo que parte de sus explicaciones las podemos trasladar al contexto virtual.

La insistencia de Delgado en el espacio público de las ciudades; donde los vínculos sociales son efímeros, minimalistas y multisituados, con una carga preformativa considerable, me sirve para explicar lo que ocurre en el ciberespacio.

Los sitios en Internet tienen características similares a los espacios físicos y arquitectónicos. La arquitectura de la urbe de Internet está compuesta de páginas Web, chats, foros, blogs, grupos de noticias, comunidades virtuales, etcétera, y también de campus universitarios, librerías y tiendas virtuales. Nuestras prácticas urbanas de movilidad e interacción *offline* las escribimos e inscribimos en nuestro propio discurso de socialización en Internet. Es decir, nuestro referente principal al momento de “navegar” por Internet se encuentra,

⁵ Con esto no quiero decir que los usuarios que habitan en contextos rurales no son capaces de moverse por la red, más bien, supongo que la construcción imaginaria de lo que significa vivir en una ciudad ocurre también fuera de ésta.

ineludiblemente, asociado a lo que hacemos en el espacio público de las ciudades.⁵

Delgado afirma que difícilmente podemos encontrar formas de interacción "callejera" que respondan a imperativos de convivencia totalmente estructurados; en la calle puede pasar cualquier cosa, en la calle casi todos estamos de paso. En la calle las interacciones y los encuentros están estructurándose constantemente y duran muy poco tiempo.

Sin duda, la mediación de las interacciones sociales por el espacio público requiere de estrategias de investigaciones flexibles y abiertas, sería simplista deducir que las personas en las grandes ciudades se fragmentan cada vez más, sólo porque las personas no se hablan en una parada de autobús. De la misma manera, sería simplista deducir que las nuevas tecnologías de la comunicación debilitan la sana convivencia entre las personas, sólo porque vemos a un gran número de éstas pasar mucho más tiempo con su celular y su computadora que con personas de carne y hueso.

La etnografía virtual debe librar esa trampa y adaptarse a las formas típicas de socialización que ocurren en Internet, la ubicuidad de los sujetos y la dislocación del tiempo también son escenarios donde ocurren encuentros e interacciones.

Una estrategia metodológica que sea congruente con estos argumentos debe capitalizar las "bondades" de la mediación tecnológica. El etnógrafo virtual (en un primer momento), no está comprometido a revelar su sexo, edad ni ocupación, puede simular ser otro y caminar por la cibercidad, incluso siendo muchos otros simultáneamente.

Así, la negociación de identidades múltiples en el curso de las interacciones dentro del trabajo de campo servirá para decantar poco a poco, las

⁵ Con esto no quiero decir que los usuarios que habitan en contextos rurales no son capaces de moverse por la red, más bien, supongo que la construcción imaginaria de lo que significa vivir en una ciudad ocurre también fuera de ésta.

comunidades de sentido en las que el informante se siente más cómodo, el tipo de personas con quienes prefiere compartir experiencias y opiniones y las maneras en que estos reproducen su cotidianidad a través de los desplazamientos que hacen dentro y fuera de Internet.

4. Sobre la intermitente presencia del etnógrafo e informante.

Todas las formas de interacción son válidas, enuncia Hine, no sólo las que son cara a cara. Y en la red este es un aspecto que aún provoca incertidumbre en el momento en que el antropólogo tiene que enfrentar su unidad de análisis, pues la intermitente presencia por parte del etnógrafo y los informantes es algo de lo que hay que estar conscientes, asumir, y enfrentar, porque la naturaleza de las interacciones en Internet están sujetas a lo sincrónico y asincrónico.

En este sentido, el imperativo metodológico que obliga al etnógrafo a dar un seguimiento cotidiano a cada uno de sus informantes, pasa a segundo término. Es ingenuo pretender que la figura del "informante clave" exista en Internet de la misma manera en que se presenta en el espacio "real", como ya mencioné, si de lo que se trata es de hacer un estudio de los flujos, conexiones y desviaciones deberíamos estar conscientes que el informante clave quizás no esté conectado cuando nosotros lo necesitamos, sin embargo, no hay que perder de vista que las posibilidades de autorepresentación de los usuarios en Internet dan para generar asentamientos virtuales.

Estos asentamientos virtuales, posibilitan rastrear los flujos conexiones o desviaciones que nuestro informante ha experimentado en el periodo de tiempo en que no hemos tenido contacto con él. Ejemplos de estos asentamientos virtuales pueden ser: *Blogs*, *spaces* o foros de discusión, en todos estos sitios el usuario puede construir un perfil y su actividad dentro del sitio queda registrada, y en algunos casos fechada.

Un elemento adicional con respecto a la intermitencia radica en idear estrategias de seguimiento que puedan indicarnos los espacios de interacción del usuario en el espacio *offline*, encontrar estas conexiones nos darán la

posibilidad de entender como se apropia Internet en un contexto social cualquiera, nos dará pistas sobre las motivaciones del sujeto para desplazarse en el ciberespacio y nos ayudará a reconstruir sus redes sociales en ambos escenarios.

5. Sobre la implementación de la etnografía en comunidades virtuales.

Por lo anterior, es necesario replantear el concepto antropológico de campo de estudio. El objeto de investigación etnográfico puede reformularse, para centrarse en los flujos y las conexiones en vez de las localidades y los límites como principios organizadores.

En el ciberespacio, las identidades se vuelven maleables y esta característica es la que fundamenta a las comunidades virtuales, y más aún a las comunidades virtuales de *social networking*. Según Winocur, en las

[...] comunidades virtuales la integración se organiza en redes que reúnen ciertos rasgos identitarios sobre la base de intereses o problemáticas comunes. Dependiendo de su objeto, algunas pueden ser muy cerradas y otras muy abiertas, algunas muy efímeras y otras duraderas, algunas muy volátiles y otras más estables, pero en todos los casos se puede entrar y salir, pertenecer o dejar de pertenecer cuantas veces se desee, sin que esto amenace la naturaleza del vínculo ni plantee ningún tipo de exigencias a sus miembros (Winocur; 2001:79).

Los servicios en línea de *social networking*⁶ han incrementado considerablemente su popularidad, la causa principal radica en que ofrecen la posibilidad de un espacio propio y personalizable en Internet llamado *perfil*, donde el tema principal es el usuario mismo.

La dinámica de enlaces en estos sitios pretende que los “cuenta habientes” registrados puedan agregar como “amigos” a otros perfiles, valorando la información exhibida o “subida” por éstos. El tipo de socialidad que se

⁶ Checar lista de sitios de “social networking” en http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_social_networking_websites

construye en estos sitios es peculiar, principalmente por el contenido visual de cada perfil, pues pone en evidencia gustos, cualidades e intereses del usuario.

La representación del yo y la interpretación del otro en estas comunidades son elementos que se encuentran bajo un juego de sentido constante, pues es en la estructuración de estos perfiles donde se ven proyectados los datos generales, las preferencias y en ocasiones referencias biográficas de cada usuario. Estas proyecciones bien podrían describirse como una "fachada" (en el sentido Goffmaniano) donde el usuario decide qué oculta y qué muestra. En resumen, estas autorepresentaciones muestran signos relevantes de cómo el usuario quiere ser visto por los demás.

La autorepresentación en el ciberespacio, y en especial en las comunidades virtuales de *social networking*, adquiere relevancia por el dinamismo que le inyecta al sitio a partir de; por una parte, garantizar la seguridad sobre el sí mismo, desde lo que se muestra y oculta; y, por otra de la posibilidad de interactuar con otros al exponer referencias de sí mismo para luego formar redes de acuerdo a gustos e intereses comunes. Lo que da sentido a dichos sitios es pues lo que se percibe del otro y lo que se dice de sí mismo.

En este sentido, el concepto de *self* desarrollado por Goffman, ya clásico en las ciencias sociales, sirve de base para la construcción de un análisis de los entornos cibernéticos, justo porque atribuye, incluso a las representaciones más serias y sinceras del *self*, un componente ficticio, escénico, artificioso y representacional:

Una representación honesta y seria, sincera, está menos estrechamente ligada al mundo de la realidad de lo que a primera vista se podrá creer [...]. Y esto parece ocurrir porque la relación social común está organizada como una escena con intercambios de acciones teatralmente hinchadas, contracciones y golpes finales (Wolf; 1994:64).

En tanto que el ciberespacio es constructor de nuevas realidades sociales a partir de las prácticas generadas a través de Internet, es que se pueden propiciar varias reflexiones sobre lo que ocurre en la red desde la perspectiva

de los conceptos contruidos antropológicamente como resultado del estudio de otras culturas, de otras costumbres circunscritas a ciertas localidades geográficas, etcétera. En este sentido, es conveniente abordar la reconfiguración que el concepto *comunidad* ha sufrido a partir de la emergencia de Internet, y a su vez del ciberespacio:

En la realidad virtual, la comunidad no se finca en un territorio vinculado a un pasado, una cultura o biografías comunes, sino en contactos efímeros con personas que probablemente nunca se conocerán y que sólo las une un interés coyuntural; cuando éste se agota o cambia, la comunidad desaparece o se establece con otros. Asimismo, lo comunitario ya no alude a los fuertes lazos que se establecen a partir del compromiso impuesto por la tradición, los mayores o la necesidad de supervivencia, sino a los gustos y preferencias compartidas y escogidas libre e individualmente. Tampoco se rige por obligaciones morales, códigos o normas, ni tiene un pasado que la marque ni un futuro que la comprometa, cada quien puede fundar y refundar comunidades cuantas veces lo desee (Winocur; 2001:81).

Por lo tanto, el concepto de campo de estudio se ve también reconsiderado. Si en Internet, “[...] la cultura y la comunidad no son producto de un lugar físico, entonces la etnografía tampoco tiene por qué serlo” (Hine; 2004:81). Entonces, el objeto de análisis puede reformularse y enfocarse en los flujos y conexiones generados presencial y virtualmente, en lugar de centrarse en acotamientos a ciertas localidades y límites. Reitero, el ciberespacio es un espacio de sociabilidad transitorio, un territorio marcado por dinamismos y acciones volátiles, algunas de las cuales continúan en el contexto *offline* con duraciones y flujos similares a los observados *online*.

Siguiendo con este paralelismo entre los conceptos teóricos y metodológicos utilizados por la antropología urbana, trasladados al entorno del espacio virtual, Pep Vivas i Elias nos dice que “escribir, registrar, escuchar, preguntar, transitar...”, son verbos que pueden ser de gran utilidad para observar la cibercidad íntegramente, pues la etnografía va unida al desplazamiento.

En el contexto de la sociedad urbana actual el concepto de desplazamiento y de práctica etnográfica adquiere nuevos significados por diversos motivos:

a) Acceso inmediato: con Internet tenemos la oportunidad de que con un sólo clic podemos desplazarnos a otras latitudes y de realizar un sinnúmero de actividades que no requieren de un emplazamiento físico, como comprar los boletos para viajar, hacer compras en distintas tiendas y también transacciones. "Viajar y acceder, en la actualidad, a ciertos lugares, a ciertas comunidades, a ciertos espacios...resulta, para aquellos que estudiamos lo urbano, poco costoso y bastante accesible" (Pep Vivas i Elias; 2006:117).

b) Proximidad cultural: Pudiera parecer que la ciberciudad, en su totalidad, está muy cerca de nosotros, sin embargo, dicha ilusión de proximidad con el Todo, en cierta medida se rompe. Las personas que utilizamos Internet, la mayoría de las veces redundamos en aquellos sitios Web que incluyen personas, escenarios e información que nos son familiares, y las redes que construimos con los otros no se alejan mucho de este perímetro conocido. Bourdieu, después de elaborar un esquema donde fijaba coordenadas para definir la distancia de los agentes en el *espacio social* utilizando los criterios de capital cultural y capital económico nos dice:

Este espacio está constituido de tal manera que los agentes, los grupos o las instituciones que en él se encuentran colocados tienen tantas más propiedades en común cuanto más próximos estén en este espacio (social); tantas menos cuanto más alejados. Las distancias espaciales –sobre el papel- coinciden con las distancias sociales. No sucede lo mismo en el espacio real (Bourdieu; 2004:130).

En el ciberespacio las proximidades entre las personas ocurren efectivamente como en el papel, si en Internet construyes tu presencia y puedes ser otro o muchos otros, la proximidad cultural se depura y las distancias sociales se comprimen. Nadie te obliga a transitar por ciberespacios para reproducir tu cotidianeidad como internauta. Me parece que ésta es una diferencia cualitativa entre las relaciones sociales en el espacio físico presencial y el espacio virtual. Dicho en otras palabras, en Internet las proximidades en el espacio virtual

funciona “realmente” igual que las proximidades en el espacio social del esquema de Bourdieu. Winocur ejemplifica este hecho diciendo que:

[...] en la vida “real” sería poco probable que un joven de sectores populares accediera a una exclusiva discoteca de las zonas residenciales, y si lo lograra difícilmente se sentiría a gusto; de hecho su presencia sería detectada inmediatamente y lo tratarían con sospechas o lo aislarían. En la realidad virtual cualquier persona puede, en principio, acceder a todos los sitios sin peligro de marginación o estigmatización, puede, hasta cierto punto, hacerlo sin mencionar su nombre ni sus circunstancias, o cambiando algún aspecto de su personalidad, sexo, edad u origen social (Winocur; 2002:79).

c) Imposibilidad de delimitar el lugar de observación: “¿dónde empieza y dónde termina el contexto de investigación? El método etnográfico consiste en la estancia prolongada en un lugar concreto, donde el investigador comparte plenamente la vida de una comunidad o grupo social, en la ciberciudad:

[...] no podemos plantar nuestra tienda en un canal de Chat esperando recoger todos los aspectos de una vida en común ya que lo que recoge la pantalla son interacciones entre personas que entran y salen del canal y están, a su vez, en contextos sociales diversos y en distintas conversaciones simultáneas. En los chats, los participantes no pasan la mayor parte de su vida conectados a la red. Por tanto, ¿deberíamos seguir sus vidas fuera de la pantalla? (Ardèvol en López; 2006:118).

La respuesta es necesariamente positiva, no porque queramos revelar la “verdadera” identidad de nuestro informante, sino para observar diferentes lugares, sitios y espacios de confluencia entre la metrópolis *online* y *offline*, es decir, indagar sobre cómo interaccionan y se comunican los ciudadanos y cómo, a su vez, construyen ciertos significados de la ciberciudad.

Es necesaria una postura que trascienda la necesidad de situar el trabajo etnográfico en una unidad de análisis territorialmente delimitada, y que permita al etnógrafo seguir a la gente, a los artefactos, a las metáforas, historias o conflictos allí donde se ocurran, sin quedar atado a la necesidad de mantener su unidad de análisis en una determinada zona geográfica o en un determinado contexto.

Reitero, los sitios que pretendemos observar en el espacio público de la ciberciudad tienen como principal característica el hecho de “estar de paso”, “los ‘lugares’ se convierten en ‘lugares de paso’”. En este sentido, la etnografía tiene que centrar su atención en estudiar trayectorias, vínculos y líneas de flujo más que lugares físicos y territorios.

d) Indeterminación del periodo de tiempo: “Si la actividad que se produce en la ciberciudad es un flujo difícilmente temporalizable y donde no hay momentos de inicio ni final que sean válidos, nos encontramos con que cualquier punto en el tiempo es tan significativo como otro cualquiera” (Mayans; 2002:120).

e) Multitud e informantes clave: Los “informantes clave” no sólo resultan claves para acceder a la parte de la información inicial del campo, sino también se convierten en puntos de paso obligado para acceder a otros tipos de conocimiento (por ejemplo, el acceso a otros informantes o el acceso a informaciones “intrínsecas”).

f) Notas y diario de campo tecnológicos: Para poder observar la metrópolis *online* y *offline* es necesario que el antropólogo se convierta en una persona que practique este modo de estar, pero que también ponga en práctica el desplazamiento y el emplazamiento. Un modo de estar en el desplazamiento y el emplazamiento, sería el fundamento básico para poder observar y analizar la ciberciudad en la actualidad. Esta forma de ser y de investigar, en la metrópolis actual nos invitaría, de este modo, a recuperar “viejos” personajes urbanos modernos para insertarlos en la ciberciudad presente y así poder practicar etnografías móviles y emplazadas.

Siguiendo a Hine, la subjetividad y el proceso de socialización juegan un papel importante en la construcción de datos etnográficos; representan elementos constitutivos y estructurantes. No obstante, lo que es específico de la etnografía virtual es el hecho de que la mediación tecnológica está presente durante todo el proceso etnográfico, tanto en la observación participante como en el registro y construcción de los datos. La mediación técnica es clave en la

IV. NOTAS FINALES DE LA PRIMERA PARTE

Mi disposición por la etnografía virtual, surgió cuando me percaté de que el objetivo no sólo es estudiar los usos de Internet, sino las prácticas sociales en línea, cómo éstas se edifican y se vuelven significativas para los sujetos. Con la etnografía virtual es posible realizar estudios detallados de las relaciones sociales en línea, pues Internet no es sólo un medio de comunicación, sino también un artefacto cultural que forma parte constitutiva de la vida cotidiana de las personas, donde es posible observar un lugar de encuentro que concede la formación de comunidades, de grupos más o menos estables y, en definitiva, la emergencia de una nueva forma de sociabilidad.

A partir de observaciones de campo, buena parte de los estudios culturales sobre Internet se han focalizado en la caracterización de estas nuevas formas de interacción social, en hacer una investigación de las manifestaciones culturales generadas propiamente en las comunidades virtuales y en el estudio de las experiencias personales en relación con la dinámica negociadora del manejo de la identidad que emergen en estos espacios.

Muchos han utilizado el método etnográfico como estrategia de investigación para estudiar temas como la identidad y la sociabilidad en línea, el establecimiento de categorías *online*, reglas de comportamiento, resolución de conflictos, sentimiento de pertenencia al grupo, etcétera; adaptando la observación participante y la realización de entrevistas a las comunicaciones mediadas por ordenador. Sin embargo, considero que antes de adaptar un método, el investigador es quien se debe familiarizar y adaptarse a las comunicaciones mediadas por la computadora.

Siguiendo a Hine, la subjetividad y el proceso de socialización juegan un papel importante en la construcción de datos etnográficos; representan elementos constitutivos y estructurantes. No obstante, lo que es específico de la etnografía virtual es el hecho de que la mediación tecnológica está presente durante todo el proceso etnográfico, tanto en la observación participante como en el registro y construcción de los datos. La mediación técnica es clave en la

investigación etnográfica, el dato etnográfico es siempre el producto de una abstracción y de una técnica de transformación.

La etnografía virtual no es pues una mera adaptación de un "viejo" método a un nuevo "campo" de estudio. Hay que tener en cuenta también que el propio artefacto cultural no es un mero "posibilitador" de las acciones sociales, sino que en su diseño mismo, están inscritas las formas de estructurar y entender la sociabilidad. Si lo tecnológico es social nuestro objeto de estudio es entonces aquella hibridación tecnosocial que va más allá del texto y más allá de una mirada antropológica centrada en el sujeto o en el discurso textual. La etnografía virtual es entonces una oportunidad para transformar reflexivamente el propio método y replantear los supuestos teóricos y epistemológicos que sustentan nuestra relación con lo técnico.

Con lo anterior quiero decir que la etnografía virtual no debe aplicarse como la única forma de acceder a la información relevante para el antropólogo, en el caso de esta investigación tengo claro que los distintos espacios de interacción que producen y resignifican mis informantes deben ser aproximados desde los compromisos epistemológicos esenciales de la labor etnográfica, a saber, la recuperación de la perspectiva del actor y la puesta en evidencia de la diversidad interpretativa con que los sujetos involucrados constituyen la comunidad de sentido relacionada a la escena musical independiente de la Ciudad de México.

En suma, y como lo hemos discutido ampliamente en el seminario de tesis ⁷, el adjetivo "virtual" atribuido a la labor etnográfica, no tiene otra utilidad para mí que marcar las diferencias de forma entre las maneras, cada vez más típicas, en que las personas construyen flujos de interacción *online* siempre con múltiples referencias y anclajes en los espacios *offline*; o sea, lo virtual de la etnografía no pretende atribuir una cualidad ontológica distinta a la etnografía "a secas", dado que ambas quedan asumidas como deudoras de los compromisos epistemológicos antes mencionados.

⁷ Seminario al que asisto desde inicios del posgrado, dirigido por la Doctora Rosalía Winocur intitulado "Usos sociales de las nuevas tecnologías".

V. EL ENFOQUE METODOLÓGICO PUESTO EN CONTEXTO. EXPERIENCIAS EXPLORATORIAS DEL TRABAJO DE CAMPO.

Lo que a continuación presento consiste en la exposición de la estrategia metodológica seguida en la etapa exploratoria del trabajo de campo, el cual complementa los avances teóricos previamente revisados.

SEGUNDA PARTE

Buena parte de este escrito da cuenta de las experiencias exploratorias en el campo, que, por un lado me ayudaron a reestructurar mi pregunta problema y, por otro, me situaron en una perspectiva de mirada antropológica para la observación, sistematización y análisis de los datos.

En este sentido, me parece importante incluir el posicionamiento inicial de mi proyecto de investigación³, el cual servirá para hacer más evidentes los cambios realizados hasta ahora, y que desahogan el presente apartado.

A continuación presento mi pregunta problema reformulada con sus objetivos pertinentes, para después argumentar una justificación detallada de mi unidad de observación y análisis.

Pregunta Problema

¿Cuáles son y qué significados tienen las prácticas que organizan los procesos de construcción de presencia por parte de los músicos y las estrategias de seguimiento a éstas que el público construye, en la escena musical independiente en la Ciudad de México?

Algunas preguntas complementarias que afinan el enfoque de este proyecto.

¿Cuáles son las prácticas y significados que organizan el sentido de la producción, circulación y consumo de la música independiente en la Ciudad de México?

³ Ver anexo I

V. EL ENFOQUE METODOLÓGICO PUESTO EN CONTEXTO. EXPERIENCIAS EXPLORATORIAS DEL TRABAJO DE CAMPO.

Lo que a continuación presento consiste en la exposición de la estrategia metodológica seguida en la etapa exploratoria del trabajo de campo, el cual complementa los avances teóricos previamente revisados.

Buena parte de este escrito da cuenta de mis experiencias exploratorias en campo, que, por un lado me ayudaron a reestructurar mi pregunta problema y, por otro, me situaron en una perspectiva de análisis antropológico para la observación, sistematización y análisis de los datos.

En este sentido, me parece importante incluir el planteamiento inicial de mi proyecto de investigación⁸, el cual servirá para hacer más evidentes los cambios realizados hasta ahora, y que desarrollo en este apartado.

A continuación presento mi pregunta problema reestructurada con sus objetivos pertinentes, para después argumentar una justificación detallada de mi unidad de observación y análisis.

Pregunta Problema

¿Cuáles son y qué significados tienen las prácticas que organizan los procesos de construcción de presencia por parte de los músicos y las estrategias de seguimiento a éstos que el público construye, en la escena musical independiente en la Ciudad de México?

Algunas preguntas complementarias que afinan el enfoque de este proyecto.

¿Cuáles son las prácticas y significados que organizan el sentido de la producción, circulación y consumo de la música independiente en la Ciudad de México?

⁸ Ver anexo 1

¿Cómo se establece el circuito de intercambios simbólicos en los escenarios reales y virtuales de su producción, circulación, exhibición y consumo?

¿Qué significados adquiere esta experiencia de intercambios *online* y *offline* para los músicos y sus públicos?

¿Qué alianzas de sentido entre unos y otros contribuyen a crear una comunidad interpretativa donde se comparten gustos, estilos de consumo, espacios de sociabilidad y experiencias de socialización?

Objetivo General

Analizar y explicar, a partir de un enfoque socio-antropológico, las prácticas y los significados de la experiencia cotidiana entre músicos y sus públicos, utilizando los asentamientos virtuales como plataforma inicial para identificar los universos simbólicos de la producción, circulación y consumo de la música independiente en la Ciudad de México.

Objetivos específicos

- Recuperar las prácticas y significados de experiencia cotidiana de los músicos y sus públicos en la escena de la música independiente en la Ciudad de México.
- Reconstruir los circuitos de intercambios simbólicos y los significados de experiencia generados entre músicos y sus públicos en espacios de interacción “virtuales” y “reales” (*online-offline*).
- Establecer asociaciones de sentido que den cuenta de los mecanismos de intercambio simbólico entre los músicos y sus públicos seguidores en la escena musical independiente en la Ciudad de México a partir de sus gustos, estilos de consumo, experiencias de socialización, espacios de sociabilidad y construcción de la presencia.

Después de este encuadre y delimitación de la guía que impulsará mi investigación, paso a la caracterización a detalle de las dimensiones que comprende mi unidad de observación y análisis.

1. La intensidad de lo "independiente"; hacia el seguimiento de dos bandas musicales y sus públicos en la Ciudad de México.

Después de realizar un trabajo de campo exploratorio guiado por la pregunta problema originalmente planteada, obtuve información que me permitió replantear el problema y sobre todo, delimitarlo.

En un inicio, me propuse acotar la investigación a indagar cómo interactuaban los músicos independientes con su público en la comunidad virtual *myspace* y cómo se daba la interacción cara a cara al coincidir en eventos y conciertos convocados por los mismos músicos a través de esa plataforma Web en la Ciudad de México.

Este planteamiento surgió a partir de que en la actualidad el uso de redes de socialización como Myspace, Facebook, Hi5, etcétera, a nivel mundial ha ido incrementando, la gente hoy se comunica, comparte, convoca, colabora con mayor celeridad. Esto no es novedoso, pues cada vez es más común asumir estas prácticas como parte de nuestra vida cotidiana; sin embargo, lo que sí es relevante destacar es que *esas prácticas están impregnadas de cargas simbólicas diferenciadas, que sólo cada individuo construye de acuerdo a los contextos en los que se desenvuelve e interactúa*. Es el caso de la escena musical independiente en la Ciudad de México.

Para esta investigación elegí, en un primer momento, la comunidad virtual *myspace* porque es un espacio muy utilizado hoy por músicos de distintas nacionalidades, bajo la lógica de darse a conocer, difundirse e intercambiar música.

Partiendo de este panorama y de la información obtenida en la labor exploratoria de campo -misma que consistió en hacer visitas y observación participante en los lugares donde se presentaban las bandas musicales, así como entrevistas informales a los músicos y al público-, constaté, que debía repensar si la comunidad virtual *myspace* continuaba siendo el punto central de esta investigación, ya que me di cuenta que mis intereses debían ampliarse y situarse en un plano mucho más abstracto desde donde pudiera mirar y dar cuenta de los diversos espacios de interacción entre músicos y sus públicos; ese plano más abstracto lo encontré preguntándome por la estructuración de sus comunidades de sentido.

Los testimonios de mis informantes y las observaciones exploratorias me llevaron a pensar que siendo *myspace* una herramienta más, era necesario reconstruir sus interacciones incluyendo una variedad más amplia de situaciones.

“No creo que todo sea *myspace*, es un peldaño, es una mano derecha, es como una herramienta más al trabajo que se debe de hacer. Vino a mover mucho la dinámica de cómo moverte, cómo conseguir tocadas, cómo vender a la banda, pero no es más que eso una herramienta, la mejor herramienta pero no gira todo entorno a *myspace*”. (Chuchelas, 32 años, Lady Bombón)

“En general es una herramienta que te permite llegar a otras personas y expresarte como quieras, es otro recurso para moverte, hay muy pocos espacios que te permiten eso”. (Jorge Macías, 26 años, Camiches)

Otros hablaban sobre la ventaja de ser un sitio gratuito y bien conocido para incluirlo en la logística de sus actividades profesionales como músicos, es decir, un espacio idóneo para recibir ofertas de trabajo, contacto con su público, llevar control de su propia popularidad, manejar su propia imagen.

“A nosotros nos sirve el *myspace* como termómetro, para saber cuánta gente te escucha, vas midiendo como vas trabajando, que tan popular eres y te comparas con otras bandas. Eso es muy interesante porque antes no lo podías hacer, antes las bandas no se enteraban exactamente cuantos discos vendían.

Y aquí puedes ver en un mapa cuantas personas te quieren adherir al día, cuántos seguidores tienes, cómo tienen sus páginas las otras bandas". (Denisse, 20 años, Hello Seahorse!) "Para mi es igual de importante que tener un buen disco, tener bien el Myspace, es la herramienta de marketing de relaciones públicas estoy seguro que si alguien te quiere contratar en Inglaterra se mete a tu Myspace y si ve que tu Myspace está bien, está padre, que hay un buen de gente opinando y que tienes un chingo de amigos y tal, pum, te va a contratar, si no, lo dudo mucho". (Mario, 26 años, Austin)

En pocas palabras, lo ven como un espacio que les permite mantener un gran margen de independencia en su actividad profesional. Estos grupos al autonombrarse como bandas musicales independientes engloban todo aquello que tiene que ver con la autogestión, con aprender y saber explotar los recursos que les ofrecen hoy las tecnologías como Internet y proyectar a su favor y conveniencia sus aspiraciones.

"Myspace es muy bueno porque son como las tarjetitas del pasado de beisbolistas, lo primero que veías en la tarjetita era la foto, y decías 'ah qué cagado' la volteas y luego, luego ves su foto más chiquita, sus home runs sus, anotaciones, qué le gusta comer, qué le gusta hacer, una breve descripción y, una mini biografía entonces en una tarjetita tenías toda la información que querías saber de primera instancia de ese beisbolista, y así funciona el Myspace, entras, ves la foto y dices 'ah órale' ya estás escuchando y mientras estas escuchando ves y dices 'ah, son de Italia, ah van a tocar no sé, en el Coachella, ah que chido y le gustan estas bandas', ves sus amigos principales que normalmente son las bandas que a ellos les gustan y como en dos minutos ya tienes un *overview* de una banda que no conocías, o sea muchas veces en esos dos minutos decides si te gusta o no". (Mario, 26 años, Austin)

"La forma en que trabajes, cómo o qué haces con tu música, es como la libertad de tu decir que es lo que quieres que sea tu sonido, y que vas a hacer con él y a dónde te vas a mover... Nosotros empezamos siendo independientes porque nos movimos por nuestra forma... estamos decidiendo nosotros lo que vamos a hacer con nuestro trabajo". (Denisse, 20 años, Hello Seahorse!)

En las pláticas y entrevistas realizadas a este grupo de personas destacó que ellos ven una gran ventaja en el surgimiento y capitalización de este sitio Web, pues les ha permitido facilitar sus actividades laborales. Sin embargo,

considero que el énfasis está más puesto en la construcción de su presencia como grupos musicales, es decir, en la calidad y cantidad de su trabajo, en la importancia que tiene para su imagen el presentarse en determinado foro o festival.

Existe un vasto número de grupos musicales en la Ciudad de México que cuentan con un perfil en *myspace*, esto ha representado un aspecto difícil al momento de delimitar la unidad de observación y análisis. El trabajo exploratorio de campo coadyuvó a redefinir algunas cuestiones importantes sobre mi proyecto. La más importante de esas redefiniciones fue quitar del centro de mi reflexión al sitio Web ya mencionado y poner el énfasis en los *procesos de construcción de presencia y experiencias de socialización* por los que cada grupo musical y sus públicos se ponen en contacto dentro de la escena musical independiente en la Ciudad de México.

Ahora, para el acotamiento de mi unidad de observación y análisis, la característica en común que deben tener los grupos musicales a investigar es que se autoproclamen como 'bandas musicales independientes'. Esta primera característica no fue difícil de saldar ya que me percaté que estos grupos coinciden en la interpretación que le dan al adjetivo *independiente*, o sea, un grupo que dirige y coordina todas las actividades que implica la profesión de ser músico, no pertenecer a una empresa grande que organice y gobierne sus acciones. Ellos se consideran independientes porque sólo depende de ellos lo que quieran mostrar y cómo lo muestren, qué hacer y cómo hacerlo. Más adelante expongo algunas acotaciones conceptuales sobre la noción de independiente que me servirán de guía para la elaboración de esta tesis. Sin embargo, estoy conciente que aún falta explorar y analizar, no sólo en las coincidencias, sino en las variaciones que puedan aparecer en la manera en que mis informantes conciben o asocian la etiqueta de independiente a sus propias prácticas e interacciones dentro la escena musical.

Otra característica que tomaré en cuenta es que radiquen en la Ciudad de México, pues actualmente prevalece una gran emergencia de estas bandas en distintos puntos del país, y por conveniencia propia, me será más fácil

desarrollar el trabajo de campo si las bandas musicales viven y permanecen buena parte de su tiempo en la ciudad. Sin embargo, con esto no quiero clausurar la posibilidad de, en el caso de giras o eventos en provincia, pueda acompañarlos a sus presentaciones y recavar información.

En el curso de mi trabajo exploratorio logré afianzar las razones de algunos otros criterios de selección. Primero realicé un rastreo a través de la comunidad virtual ya mencionada sobre los lugares en donde este tipo de músicos se presentaban, posteriormente elegí algunos al azar y mientras me lo permitieran intenté entablar una conversación con ellos fuera de esos lugares de presentación. De acuerdo a la información que me brindaron pensé que lo más conveniente sería centrarme únicamente en *dos grupos*. En primer lugar porque es un universo grande y no se alcanzaría a realizar un adecuado estudio cualitativo de acuerdo a los tiempos institucionales que tengo marcados para la realización de esta tesis; segundo, porque considero que, al ser cuidadosa con los criterios de intensidad (que explico más abajo) como condición de la elección de estos dos grupos, tendré evidencia suficiente para alcanzar mis objetivos de investigación, a saber, dar cuenta de los procesos de significación que están presentes en la construcción de la presencia y socialización por parte de los músicos y sus públicos en la escena de música independiente en la Ciudad de México.

Mi criterio para seleccionar la unidad de observación y análisis será por una estrategia de muestreo significativo; es decir, recabar información que manifieste el fenómeno de interés en su intensidad, aquí uno busca ejemplos ricos del fenómeno a investigar sin enfatizar en casos altamente inusuales. Esto me permite seleccionar según la *intensidad* con la que los rasgos, los procesos, las experiencias, etc., interesantes se producen o se suponen en ellos (Patton; 1990:234 [traducción mía]).

Tomando en cuenta esta perspectiva y los datos recabados en la fase exploratoria de trabajo de campo, decidí centrarme en dos grupos musicales por las siguientes razones: Mis dos primeros criterios tienen que ver con espacio y tiempo, en este caso el tiempo refiere a los años de trayectoria y el

espacio a que su desarrollo profesional esté principalmente anclado a la Ciudad de México. La delimitación del público que pretendo estudiar está en función de la información proporcionada por los mismos grupos musicales con respecto a quienes ellos consideran sus más 'intensos' seguidores.

Así, una vez precisados estos puntos, el siguiente paso fue saber qué características adicionales deben tener los grupos que elegí para mi investigación. Otros tres criterios de selección son el dinamismo, la construcción de la presencia y el compromiso con lo cotidiano.

Dinamismo (movilidad): con esto me refiero a la intensidad con la que los músicos desarrollan su labor; búsqueda de presentaciones, tiempo dedicado a la labor de difusión, etcétera.

Presencia: este punto se enfoca a la imagen que ellos construyen de sí mismos en la escena musical donde se desenvuelven cotidianamente. En especial me interesa el cuidado que ponen a la búsqueda y construcción de una imagen y narrativas propias que los distinga de todos los demás grupos.

Compromiso con lo cotidiano: tiene que ver con la constancia, compromiso y responsabilidad con la que llevan a cabo su vocación y profesión como músicos. Complementariamente este criterio se relaciona con la idea que los propios grupos musicales tienen del éxito o fracaso, es decir, qué significa para ellos el "llegar a ser alguien, no seguir siendo anónimo". Tiene que ver con la relación entre habilidades prácticas para desenvolverse en la escena musical y los resultados obtenidos.

Es importante destacar que los criterios para la elección del público aún se encuentran en un proceso de construcción, ya que un punto de coincidencia que tuvieron los músicos con los que sostuve conversaciones fue sobre la volatilidad del público, aseguran que actualmente eso es muy común y que probablemente se deba a la gran cantidad de grupos que destacan y no destacan en esta escena musical. Por ello supongo que dos criterios probables a tomar en cuenta sean, al igual que con los músicos, el *dinamismo*: la

intensidad y constancia que cierto público manifieste a sus grupos favoritos y sobretodo reflejen una constante como seguidores. Y también prestar mucha atención a las maneras en que ellos construyen su *presencia* en tanto público.

2. Una incursión sistemática a las vivencias cotidianas de músicos y público

Dados mis intereses de investigación considero que la mejor manera de obtener información para reconstruir la perspectiva de mis informantes es a través de la etnografía, pues privilegia como técnica de recolección de datos la observación participante. En ese sentido, me parece que la manera en que, los estudios sobre el consumo cultural, proceden para analizar los fenómenos de su interés se relaciona muy bien con lo que estoy proponiendo para el desarrollo de mi trabajo de campo.

La etnografía de las prácticas culturales ha permitido realizar lecturas transversales de las prácticas sociales y pasar de los estudios de recepción y consumo, al análisis de los relatos de vida que se despliegan en múltiples direcciones: actores y espectadores, productores y consumidores, lectores y autores que manifiestan gustos y estilos de vida en una pluralidad de acciones: afectivas, dialógicas, simbólicas y materiales. [...] La aproximación a la antropología por parte de los estudiosos del consumo cultural se ha dado a diferentes niveles —mientras algunos sólo se interesan por las técnicas, otros asumen compromisos epistemológicos cuando consideran que para comprender los sentidos diferenciados de la apropiación es necesario reconstruir la experiencia de los sujetos en el marco de la vida cotidiana” (Mantecón; 2002:260).

Me parece que este método me permitirá indagar idóneamente en el punto de vista del actor. Para ello, es importante obedecer a ciertas etapas que me permitirán una inserción sistemática al grupo por estudiar. A continuación desglosaré cómo ha sido y cómo será incrustarme en estas etapas a partir de la pregunta que me he planteado y de la labor exploratoria de campo.

El primer paso y el más difícil fue el acceso al contexto donde se desenvuelven los actores protagonistas de este estudio, ya que era un medio parcialmente

desconocido por mí, me refiero a que antes de proponerme realizar este estudio, cada vez que asistía a conciertos y eventos era en un papel de espectador, y en este sentido fue complicado decidir a quién acercarme, qué y cómo preguntar. Era importante detectar el momento idóneo para ese acercamiento porque eso representaba para mí, en un primer instante, el posible acceso a otros informantes. Tal fue mi suerte que, cuando logré ese primer abordaje a un potencial informante clave, la respuesta que recibí fue de rechazo; esta reacción desencadenó en mí una serie de cuestionamientos al final del día, el primero *¿por qué pasó aquello?* Intuí que pudo haber sido por la euforia que se vivió aquel día del concierto, y el cargo que él asumía en la organización del mismo; probablemente no era el momento adecuado, lo cual me llevó a replantear la estrategia de acercamiento a los próximos sujetos, ahora la táctica consistiría en hacer un rastreo previo de aquellas personas que formarían parte, de alguna u otra forma, de esta escena musical, para luego contactarlos con tiempo y platicar más holgadamente.

Este recurso ya fue puesto en práctica durante esa primera fase exploratoria. Así fue como aquel día crucial sólo me dediqué a observar, a ser parte de aquella multitud de gente que iba dispuesta a disfrutar un concierto, el primer concierto organizado por *myspace secret show México*. Cabe indicar de qué se tratan estos conciertos y por qué los denominan así. Esta comunidad virtual creó una especie de sede organizativa de eventos, conciertos y espectáculos (en distintas partes del mundo) en donde la mayoría de las veces los protagonistas de esos eventos son los grupos musicales que están “sonando en el momento”. Los denominaron *secret shows*, y ellos lo definen así en el perfil que tienen en dicha comunidad virtual: “Los Secret Shows son conciertos de bandas grandes en lugares pequeños donde el público tiene contacto más cercano con los artistas, lo mejor es que son totalmente gratuitos y en la mayoría de los casos son aptos para todas las edades”⁹.

Posteriormente continúe rastreando los lugares donde se presentarían las bandas y asistía para hacer práctica de observación, hasta que un día alguien me contactó con el miembro de una banda, y de ahí empecé una fase de

⁹ En <http://www.myspace.com/secretshowsmx>

entrevistas informales, únicamente para que me platicaran sus percepciones y experiencias con el sitio Web y con la escena musical. Hago alusión a esta breve anécdota de mi inserción a la fase exploratoria de campo porque el acceso al escenario donde se gestan experiencias de todo tipo con relación a mi objeto de estudio convalidó la decisión de elegir este método de investigación.

Es pertinente referir a que, para recopilar más datos me valdré de otras técnicas que complementen la información recabada en campo y que en su momento me permita contrastar discursos y prácticas, me refiero al recurso de la entrevista. En este caso he optado por un diseño abierto, poco estructurado, ya que faculta una mayor flexibilidad al momento de recabar la información evitando llegar a restricciones de discurso, y además posibilita que el informante se explaye sobre el tema.

Este recurso ya fue puesto en práctica durante esa primera fase exploratoria, me pareció que era importante llevar a cabo esta labor para detectar la disposición de las personas a cooperar en este estudio. Realicé preguntas generales sobre el tema y puedo decir que hasta este momento el resultado de esas entrevistas fue satisfactorio, logré tener una visión más amplia sobre mi objeto a estudiar y se amplió mi red de posibles informantes. Es importante aclarar y recalcar que en esta primera etapa las pláticas con estas personas lograron que me cuestionara sobre la dirección y punto central de mi investigación, fue así como llegué a replantearme el problema de investigación. Con todo, bajo la serie de datos que fueron emergiendo a lo largo de este proceso exploratorio, llegué a la conclusión de que para llevar a cabo un desarrollo óptimo, metodológicamente hablando, era necesario circunscribir mi unidad de observación y análisis a dos grupos musicales y a planear una estrategia de seguimiento sistemático que posibilite la extracción de sus experiencias y vivencias.

Como ya había mencionado antes, el conjunto de bandas musicales que actualmente forman parte de esta escena musical es vasto, y por lo mismo he

hablado de la decisión de centralizar el estudio en dos grupos musicales. De este modo, se podrá llevar a cabo un seguimiento más táctico y consecuente de éstos, o sea, el de detectar las improntas que van dejando la cotidianidad de los músicos y del público seguidor. En suma, este seguimiento sistemático será por un periodo de tiempo que explicitaré más abajo y representa un elemento central para el desarrollo de este proyecto.

3. Temporalidad de análisis; un semestre de música “independiente” (enero 2010-julio2010)

Un aspecto importante a definir y delimitar para el cumplimiento de este proyecto, es el tiempo que dedicaré al trabajo de campo formal. Ya he hablado a detalle de la información que arrojó la primera observación exploratoria de campo, el cual, me posibilita ahora determinar por cuánto tiempo llevaré a cabo esta etapa.

Tal seguimiento ordenado, tanto de los grupos musicales escogidos, como de cierto grupo de “seguidores” previamente seleccionados; lo realizaré por un periodo máximo de seis meses. Tentativamente de enero de 2010 a julio de 2010.

Me parece que este es un periodo de tiempo óptimo para recuperar la perspectiva de, por un lado, los integrantes de las bandas en el escenario en que se desenvuelven cotidianamente dentro de su actividad como músicos. Por otro lado, creo que para el caso de los seguidores que se asumen como fans, este tiempo igualmente me permitirá observar cómo construyen esos contactos e interacciones con sus músicos favoritos. La constancia del seguimiento es imperante, pues me parece que ello contribuirá a una reconstrucción de las formas de interacción generadas entre estos actores.

No obstante esto no significa que haga caso omiso de otras situaciones interesantes que pueda haber en otros puntos del país, es sólo que el proyecto está delimitado, en su fase inicial, a indagar sobre qué pasa en la escena

4. Definiendo territorios de sentido.

En general, el trabajo de campo lo realizaré en todos los espacios de interacción que implique la actividad profesional musical y/o el seguimiento sistemático del público a estas dos bandas (asentamientos virtuales y lugares donde se den conciertos). No obstante, es necesario especificar que es importante hacer un rastreo continuo de aquellos lugares donde unos y otros interactúan, pues si bien he mencionado asentamientos virtuales y sitios donde presentan sus conciertos, no se trata de circunscribirse únicamente a ellos.

La idea es que, al tiempo que se vaya dando un involucramiento más estrecho, durante el trabajo de campo elaborar una compilación y tipificación rigurosa de dónde y cómo se generan las distintas construcciones simbólicas, cuáles son aquellos espacios que a los actores les permite fabricarse un prestigio, detectar aquellos sitios, lugares o territorios en donde, para ellos, es importante hacerse notar y socializar.

Es relevante indicar antes, que para llegar a este punto no fue solamente necesario tomar en cuenta los resultados de la pesquisa preliminar de datos sobre lo oportuno para la delimitación de la unidad de observación y análisis, sino que fue importante, además, tomar en cuenta otros detalles como el lugar donde se realizará la labor etnográfica. En este caso resulta conveniente que la investigación sea en la Ciudad de México porque es el lugar en donde se representan una gama de formas de socialización ricas y diversas en las dinámicas propias de la escena musical independiente. La categoría de ciudad pesa, pues la efervescencia que se manifiesta allí muchas veces es producto de la concentración de bandas musicales provenientes de otros puntos del país y del mundo; así, la centralización y actividad musical intensa que se da en las grandes ciudades es un referente importante y pertinente para la justificación de mi lugar de estudio.

No obstante esto no significa que haga caso omiso de otras situaciones interesantes que pueda haber en otros puntos del país, es sólo que el proyecto está delimitado, en su fase inicial, a indagar sobre qué pasa en la escena

musical independiente en la Ciudad de México específicamente, dejando claro que si durante la tarea del rastreo sistemático es necesario trasladarse a otros puntos geográficos así se hará. [...] quieren ser disidentes, marginales y en la oposición" (Seca, 2004:12).

Lo anterior me compromete a, por ejemplo, acompañar al grupo musical a presentaciones en vivo dentro y fuera de la ciudad, a eventuales presentaciones o entrevistas en los medios de comunicación, giras, firmas de autógrafos, ensayos, etcétera; obviamente, de entre todos estos espacios de socialización, intentaré poner de relieve aquellos donde se implique más intensivamente la relación con sus públicos ya sea por copresencia o por alusiones directas o indirectas a éstos en pláticas o en interacciones virtuales.

Cabe aclarar que mi observación no solo contemplará la observación de los espacios, mis objetivos van más allá; es intentar revelar, insisto, cómo se dan las formas de intercambios simbólicos, cómo estos actores van y vienen entre la diversidad de sus redes de socialización, cómo negocian sus presentaciones musicales en vivo y sus contactos con "los fans", cuáles son sus rituales de presentación. Pues estas prácticas constantemente se van resignificando y cargando de sentidos peculiares, distintos. En resumen, llevar a cabo un seguimiento sistemático y de observación rigurosa es la forma con la intento dilucidar y reconstruir los significados de experiencia dentro del universo simbólico implicado en la escena de música independiente de la Ciudad de México. mercado del producto musical está a cargo del artista, con nula intervención de las grandes discográficas transnacionales.

5. Lo "independiente" [...] cómo en el proceso de evolución de la industria musical han surgido nuevas formas de producir, movilizar y posicionar objetos.

Considero que la caracterización genérica que les atribuyo a los músicos y al contexto donde se desenvuelven necesita más desarrollo. Me refiero a la categoría de independiente. [...] pueden ayudar a reforzar la inserción de las bandas y el público a la escena de música independiente. El uso de las nuevas

Lo independiente ha venido a resignificar la idea de lo *underground*, esta actitud Jean-Marie Seca la define como "[...] la desconfianza frente a la comercialización, la negativa a la imitación de las estrellas, la búsqueda de un

público y de un relativo liderazgo o de un 'estrellato', aunque sea fraternizado y limitado a unos cuantos amigos, la voluntad de preservar una autenticidad expresiva y una andadura original, [...] quieren ser disidentes, marginales y en la oposición" (Seca; 2004:12).

La actitud *underground* bien puede asociarse a la categoría de independiente; desde los años 70 el movimiento punk cumplía con la característica operativa básica de lo independiente, es decir, producían y circulaban sus propios discos. Sin embargo, poco a poco esta idea dejó de ser una simple característica operativa y se convirtió, en los años 90, en una característica estética, una cuestión de estilo sonoro.

Así, el movimiento independiente descartó del *underground* aquellas ideas de rechazo explícito del éxito económico y de integración al "sistema" para reducirlas a aseveraciones implícitas y flexibles, es decir con posibilidades de negociarlas según la situación, quedándose sólo con la característica operativa para después sublimarla por la vía estética. De ahí la construcción del género musical "indie".

En resumen, la manera en que entiendo la categoría de independiente se

Sin embargo, para los intereses de esta investigación, es decir, para la selección de mis informantes y el análisis los procesos, tomaré en cuenta sólo esta característica operativa, es decir, que la realización y el posicionamiento en el mercado del producto musical esté a cargo del artista, con nula intervención de las grandes disqueras trasnacionales.

Lo anterior se justifica porque en el proceso de evolución de la industria musical han surgido otras formas de producir, movilizar y posicionar objetos culturales musicales en el gusto del público. Las nuevas tecnologías ayudan a eliminar intermediarios "indeseables" y a tejer redes con aquellos actores o espacios que potencialmente pueden ayudar a reforzar la inserción de las bandas y el público a la escena de música independiente. El uso de las nuevas tecnologías, como las comunidades virtuales, es una herramienta idónea para la construcción de capital social.

Al asociar lo independiente con una cuestión operativa le doy un espacio amplio a la implicación de las nuevas tecnologías en el proceso de interacción simbólica entre los músicos y sus públicos, permitiéndome asociar aquellos momentos de flexibilización y de negociación de la tácita convicción ideológica contra el "sistema" del *underground*, como un posible dato que probablemente surgirá en mi trabajo de campo y constituirá un elemento más del análisis y reconstrucción que pretendo realizar en mi tesis. Es decir, las estrategias de sublimación del posicionamiento ideológico de las bandas musicales frente a la industria musical serán tomadas como un dato más y no como un supuesto.

Ahora bien, la categoría de independiente esta asociada también a una escena de producción musical y esta escena la entiendo, desde un punto de vista socioantropológico, como un lugar de intersecciones de sentido en donde sus participantes ocupan posiciones diferenciadas y estratégicas en la tarea de conservación y transformación de los significados propios de su actividad musical, una escena se define por costumbres e ídolos en común así como por actos de subversión que resignifican la propia pertenencia a ese espacio.

En resumen, la manera en que entiendo la categoría de independiente se relaciona con la condición de que las bandas se reproduzcan, dentro de la escena musical, por una lógica del "hágalo usted mismo".

Este adentro y afuera puede significar varias cosas, se relaciona con los grados de inserción o alejamiento del "núcleo duro" de la escena independiente nacional o internacional, se relaciona también con la presencia -intensiva, intermitente o nula- en comunidades virtuales, en foros de concierto, en clubes de fans, se vincula igual con la idea de un mayor o menor compromiso con la lógica del "hágalo usted mismo". Es decir, esta lógica del adentro y afuera permite observar el fenómeno de interés en un espectro de negociaciones simbólicas más amplio.

VI. NOTAS FINALES DE LA SEGUNDA PARTE

Este apartado representa mi primer esfuerzo por situar mis inquietudes teórico - metodológicas al campo. A pesar de que el seguimiento que dí a los informantes contactados no fue sistemático, la experiencia me permitió profundizar en cuestiones que no había tomado en cuenta en un inicio y además me ayudó a redefinir mi problema de investigación.

Aprendí que las preguntas con que me aproximaba a ellos no podían dirigirse solamente hacia la indagación de las experiencias personales de mi informante, era necesario, también, preguntar sobre las experiencias de terceras personas e incluso plantear escenarios hipotéticos donde imaginaran su práctica profesional musical (para el caso de los músicos) y sus estrategias de seguimiento a las bandas de su interés (para el caso de los públicos) sin la presencia de Internet. Esto me ayudó a obtener información significativa para mi labor de reconstrucción de significados que operan en la escena musical.

Asimismo logré quitarle protagonismo al sitio Web de myspace, al enterarme que tanto las bandas como el público lo conciben como una más de entre todas las plataformas posibles de exhibición. En ese sentido me permití desaparecer la tensión artificial entre lo *online* y lo *offline* para situar mi mirada en los mecanismos de construcción de presencia (tanto del público como de los músicos) en el flujo continuo de la negociación de significados que van y vienen, en distintos niveles de intensidad, entre la construcción simbólica de un adentro y afuera.

Este adentro y afuera puede significar varias cosas; se relaciona con los grados de inserción o alejamiento del "núcleo duro" de la escena independiente nacional o internacional, se relaciona también con la presencia -intensiva, intermitente o nula- en comunidades virtuales, en foros de concierto, en clubes de fans, se vincula igual con la idea de un mayor o menor compromiso con la lógica del "hágalo usted mismo". Es decir, esta lógica del adentro y afuera permite observar el fenómeno de interés en un espectro de negociaciones simbólicas más amplio.

En suma, este apartado representa la viabilidad de un trabajo de campo exploratorio para la labor explicativa antropológica, representa la necesidad de transitar de los conceptos del sentido común hacia una mayor elaboración conceptual. En mi caso, implantó la convicción de que cualquier reporte de investigación debe hacerse dentro de la lógica de la explicación *ex post facto*, es decir, todo lo que conste en mis análisis es producto de la información obtenida de un fenómeno que ya ha ocurrido; la interpretación del mundo social tal y como la informan los actores entrevistados, y sólo mediante una gradual separación de los conceptos del sentido común, vía trabajo de campo exploratorio y vía una puesta en suspenso de los juicios morales que mi unidad de observación y análisis pudieran despertar en mí, es que puedo acceder a una explicación antropológica – aunque siempre perfectible- cada vez más densa y teóricamente bien anclada.

Así, este quehacer aterrizó en un afinamiento de la mirada hacia los objetivos que persigue esta investigación y llevó al replanteamiento de la pregunta y por ende a la asunción de los compromisos teórico-epistemológicos, que tienen que ver con la recuperación de la perspectiva del actor y su propia diversidad.

En este sentido, considero que este tipo de análisis – el relativo a las maneras en que las nuevas tecnologías se imbrican, resignifican y diluyen en los procesos de interacción social- puede y debe irse ampliando teórica y empíricamente, pues estas prácticas lejos de ir en detrimento más bien continuarán latentes, y pueden resultar de gran relevancia e interés para la mirada antropológica porque las dinámicas de interacción emergentes dentro de estos contextos constantemente van cambiando de forma y sobretodo adecuándose a un mundo cada vez más descentrado del *self* en donde siempre se pone en juego la perspectiva del actor.

En suma, me parece que el avance más significativo, en términos heurísticos, que este texto representa fue la eliminación de la idea de que las nuevas tecnologías efectivamente representan cambios de fondo en las maneras en

VII. CONCLUSIONES GENERALES

Como mencioné al principio, este texto refleja el camino recorrido para la concreción de la primera parte de una propuesta de análisis sobre aquellas prácticas que se construyen y se manifiestan día a día en espacios de socialización relativos a la escena musical independiente; aquí, la dinámicas de interacción entre músicos y públicos constantemente desarrollan dinámicas alrededor de la producción, la exhibición, la circulación, el consumo y la distinción, como mecanismos de autorepresentación.

En definitiva llegar a la delimitación de esta unidad de observación y análisis ha sido una tarea no simple. Ha habido cambios verdaderamente significativos a partir de lo planteado originalmente, mismos que no hubieran llegado a cristalizar, idóneamente, sin las reflexiones hechas a la luz de los resultados de la labor exploratoria de campo y la experiencia personal previa vivida en esos escenarios. Así, este quehacer aterrizó en un afinamiento de la mirada hacia los objetivos que persigue esta investigación y llevó al replanteamiento de la pregunta y por ende a la asunción de los compromisos teórico-epistemológicos, que tienen que ver con la recuperación de la perspectiva del actor y su propia diversidad.

En este sentido, considero que este tipo de análisis - el relativo a las maneras en que las nuevas tecnologías se imbrican, resignifican y diluyen en los procesos de interacción social- puede y debe irse ampliando teórica y empíricamente, pues estas prácticas lejos de ir en detrimento más bien continuarán latentes, y pueden resultar de gran relevancia e interés para la mirada antropológica porque las dinámicas de interacción emergentes dentro de estos contextos constantemente van cambiando de forma y sobretodo adecuándose a un mundo cada vez más descentrado del *self* en donde siempre se pone en juego la perspectiva del actor.

En suma, me parece que el avance más significativo, en términos heurísticos, que este texto representa fue la eliminación de la idea de que las nuevas tecnologías efectivamente representan cambios de fondo en las maneras en

que las personas se relacionan, sin embargo, esto no quiere decir que la aparente continuidad de las prácticas relacionales vacíen de sentido cualquier motivación por indagar en los mecanismos de construcción y resignificación de las interacciones cada vez más atravesadas por la presencia de Internet y las nuevas tecnologías.

AUGE, Marc. (2000). *Los no lugares, espacios de anonimato*. Gedisa, Barcelona.

En este trabajo quedó manifiesto que mi motivación principal es analizar los usos de Internet siempre a la luz de las situaciones, y, de entre tantas que pueden existir yo me he decidido sobre aquellas que ponen en relación los mecanismos de autorepresentación que el actor detenta para el posicionamiento dentro de una comunidad de sentido que se debate entre la lógica del negocio y la lógica de la exhibición de una actitud creativa; me refiero a la escena musical independiente de la Ciudad de México.

http://www.usal.es/~leonaeducacion/rev_numero_02/n2_art_eros.htm

Bourdieu, Pierre. (2004). *Cosas dichas*. Gedisa, España.

CASTELLS, Manuel. (2002). *La era de la información: Economía, sociedad y cultura*. Volúmen I: La sociedad red y Volúmen II: El poder de la identidad. Siglo XXI editores, México.

CEBRIAN, Juan Luis. (1998). *La Red*. Taurus.

DICKEY, Sara. "La antropología y sus contribuciones al estudio de los medios de comunicación" en: <http://www.unesco.org/iss/nca/153/dickeyspa.html>

EFIMOVA, Lina, HENDRICK, Stephanie. "In search for a virtual settlement: An exploration of weblog community boundaries" en: <https://ojs.telin.nl/dspace/py/Gel/File-46041>

GALINDO Cáceres Jesús. (1997). "Comunidad virtual y Cibercultura". *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, Época II, Vol III, No 5. Colima.

_____. (1998) "Cibercultura, ciberciudad, cibersociedad. Hacia la construcción de mundos posibles en nuevas metáforas conceptuales". *Estudios sobre las culturas contemporáneas* Época II, Vol IV, No 7. Colima.

GARCÍA CANCLINI, Néstor, ed. (1993). *El Consumo Cultural en México*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

_____. (1999) "El consumo cultural: una propuesta teórica". En: Guillermo Sunkel (coord.): *El Consumo Cultural en América Latina*. Colombia: Convenio Andrés Bello.

_____. (Coord.), (2005). *La antropología urbana en México*. CONACULTA, UAM, CFE, México.

BIBLIOGRAFÍA

ARDEVOL, E.; Bertrán, M.; Callén, M.; Pérez, C. (2003). *Etnografía virtualizada: la observación participante y la entrevista semiestructurada en línea*. *Athenea Digital*, 3, 72-92. En: <http://antalya.uab.es/athenea/num3/ardevol.pdf>

AUGÉ, Marc. (2000). *Los no lugares, espacios de anonimato*. Gedisa. Barcelona.

BARBERO, Jesús Martín. (1998). *De los Medios a las Mediaciones*. Gustavo Pili. Barcelona.

BANET, Miguel. "Paradojas de los entornos virtuales." En: <http://www.hipersociologia.org.ar/papers/banetsp.html>

BERIAIN, Josetxo. (1990). *Representaciones colectivas y proyecto de modernidad*. Anthropos. España.

BEGOÑA GROS. "De la cibernética clásica a la cibercultura: herramientas conceptuales desde donde mirar el mundo cambiante". en: http://www.usal.es/~teoriaeducacion/rev_numero_02/n2_art_gros.htm

Bourdieu, Pierre, (2004). *Cosas dichas*. Gedisa. España.

CASTELLS, Manuel. (2002). *La era de la información: Economía, sociedad y cultura*. Volúmen I: La sociedad red y Volúmen II: El poder de la identidad. Siglo XXI editores. México.

CEBRIÁN, Juan Luis. (1998). *La Red*. Taurus.

DICKEY, Sara. "La antropología y sus contribuciones al estudio de los medios de comunicación" en: <http://www.unesco.org/issj/rics153/dickeysa.html>

EFIMOVA, Lilia. HENDRICK, Stephanie . "In search for a virtual settlement: An exploration of weblog community boundaries" en: <https://doc.telin.nl/dscgi/ds.py/Get/File-46041>

GALINDO Cáceres Jesús. (1997). "Comunidad virtual y Cibercultura". *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, Época II, Vol III, No 5. Colima.

____ (1998) "Cibercultura, ciberciudad, cibersociedad. Hacia la construcción de mundos posibles en nuevas metáforas conceptuales". *Estudios sobre las culturas contemporáneas* Época II, Vol IV, No 7. Colima.

GARCÍA CANCLINI, Néstor, ed. (1993). *El Consumo Cultural en México*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

____ (1999) "El consumo cultural: una propuesta teórica". En: Guillermo Sunkel (coord.): *El Consumo Cultural en América Latina*. Colombia: Convenio Andrés Bello.

____ (Coord.), (2005). *La antropología urbana en México*. CONACULTA. UAM. CFE. México.

- GUBER, Rosana. (2004). *El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*. Paidós. Buenos Aires.
- HINE Christine. (2004). *Etnografía Virtual*. UOC. Barcelona.
- JONES, Quentin. "Virtual-Communities, Virtual Settlements & Cyber-Archaeology: A Theoretical Outline" en: <http://jcmc.indiana.edu/vol3/issue3/jones.html>
- JOYANES, LUIS. (1997). *Cibersociedad*. McGraw Hill.
- LÓPEZ C., Oscar. (2006). *Paseando por la cibercidad: tecnología y nuevos espacios urbanos*. UOC. Barcelona.
- MAIGRET, Eric. (2005). *Sociología de la comunicación de los medios*. Fondo de Cultura Económica. Bogotá.
- ROSAS, Mantecón, Ana (2002) "Los estudios sobre consumo cultural en México". En: Daniel Mato (coord.), *Estudios y Otras Prácticas Intelectuales Latinoamericanas en Cultura y Poder*. Caracas, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) y CEAP, FACES, Universidad Central de Venezuela.
- MAYANS, Joan. (2002). *Género Chat*. Gedisa. Barcelona.
- ____ "Nuevas Tecnologías, Viejas Etnografías. Objeto y método de la antropología del ciberespacio" en: http://www.wikilearning.com/nuevas_tecnologias_viejas_etnografias_objeto_y_metodo_de_la_antropologia_del_ciberespacio-wkc-3815.htm
- ____ (2002b). /Nick CiberEspacio. /Set Tepic. Conceptos y términos para el análisis socioantropológico. Comunicación presentada en el 1er Congreso ONLINE del Observatorio de la Cibersociedad. Septiembre de 2002. Disponible en: <http://www.cibersociedad.net/congreso/comms/q10mayans.htm>.
- MENESES, Julio. "El caso de Orkut.com: una reflexión sobre la exploración de nuevos caminos para la sociabilidad online en la tradición del estudio de las comunidades virtuales" en: http://www.cibersociedad.net/congres2004/index_es.html
- MORIN, Edgar. (1994). *Introducción al pensamiento complejo*. Gedisa. Barcelona.
- NAVARRO, Pablo. (1997). "Internet como dispositivo de interacción virtual". en: <http://www.netcom.es/pnavarro/Publicaciones/InternetDispInteracVirtua.html>
- NEGROPONTE, Nicholas. *El mundo digital*. Ediciones B.
- REGUILLO, Rossana. (1996). *La construcción simbólica de la ciudad. Sociedad, desastre y comunicación*. ITESO/UIA. México.
- RIECHMAN, Jorge. FERNANDEZ BUEY, Francisco. (1994). *Redes que dan libertad*. Paidós. Barcelona.
- SÁNCHEZ de SERDIO, Aída. "Interacciones online/offline y visualidad en la construcción de comunidades en el ciberespacio: La asociación juvenil TEB y Ravalnet" en: <http://www.cibersociedad.net/congreso/comms/q09sanchez.htm>

- SANTILLÁN, Alfredo y Jacques Ramírez, (2004). "Consumos culturales urbanos: el caso de la tecnocumbia en Quito", en *ÍCONOS* No. 18, Flacso-Ecuador, Quito.
- SECA, Jean-Marie. (2004). *Los músicos underground*. Barcelona. Paidós.
- SMITH, M.A. y Kollock, P. (eds.), (2003). *Comunidades en el ciberespacio*. Barcelona. UOC.
- STANLEY Arowitz, MARTINSONS Barbara, MICHAEL Menser. (Comps). (1998). *Tecnociencia y Cibercultura*. Paidós. Barcelona.
- SUNKEL, Guillermo (2002) "Una mirada otra. La cultura desde el consumo". En: Daniel Mato (coord.): *Estudios y Otras Prácticas Intelectuales Latinoamericanas en Cultura y Poder*. Caracas: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) y CEAP, FACES, Universidad Central de Venezuela.
- VIRILIO, Paul. (1997). *El ciber mundo, la política de lo peor*. Entrevista con Philippe Petit. Colección Teorema. Cátedra. Madrid.
- WINOCUR, Rosalía. AGUILAR Miguel A. (2005). "Ciudad y medios de comunicación: un recorrido desde la antropología" en GARCÍA CANCLINI, Néstor. *La antropología urbana en México*. CONACULTA. UAM. Fondo de Cultura Económica. México.
- ____ (2006) "Internet en la vida cotidiana de los jóvenes" en *Revista Mexicana de Sociología* 68 núm. 3.
- ____ (2001). Redes virtuales y comunidades de internautas: Nuevos núcleos de sociabilidad y reorganización de la esfera pública", *Revista Perfiles Latinoamericanos* No. 18. FLACSO. México.
- WOLF, Mauro. (1994). *Sociologías de la vida cotidiana*. Madrid. Cátedra.
- WOLTON, Dominique. (2000). *Internet ¿y después? Una teoría de los nuevos medios de comunicación*. Gedisa.
- YUDICE, George. (2007). *Nuevas tecnologías, música y experiencia*. Gedisa. Barcelona.

Objetivo general:

Explicar, a partir de un enfoque antropológico, las formas de universos de sentido en el consumo cultural de la música, utilizando la comunidad virtual myspace como plataforma para identificar las interacciones *on line* – *off line* del consumo cultural de la música independiente en la ciudad de México.

ANEXO 1

Objetivos específicos

Planteamiento inicial del proyecto

- Describir, analizar y explicar las formas de consumo cultural musical,

Pregunta problema:

¿Cuáles son las formas de consumo cultural de música independiente, en la Ciudad de México, que posibilita la comunidad virtual *myspace* y cómo influyen estas dinámicas de interacción *on line* en el consumo cultural de esta música en el espacio *off line*?

Hipótesis:

Mientras más intensivos sean los contactos entre bandas musicales y usuarios a través de *myspace* (cercanía simbólica con la banda -agregarlo como amigo-, mecanismos de interacción hipertextual, ubicuidad y presencia constante de la autorepresentación -del productor y del consumidor.), disminuye la necesidad de intermediarios institucionales tradicionales (compañías discográficas) para la difusión, el disfrute y la comercialización de la música independiente de la ciudad de México; y el posicionamiento simbólico del músico hacia el público y viceversa se intensifica y se dirige hacia la integración mantenida de esta relación (en el espacio *off line*), producto del flujo constante de información (textual y audiovisual) que posibilita el asentamiento virtual en *myspace* de ambos actores.

Delimitación general de la unidad de observación y análisis.

Objetivo general:

Myspace es un sitio Web abierto al público en general y organizado bajo la

Explicar, a partir de un enfoque antropológico, las formas de universos de sentido en el consumo cultural de la música, utilizando la comunidad virtual *myspace* como plataforma para identificar las interacciones *on line* – *off line* del consumo cultural de la música independiente en la ciudad de México. esta

comunidad virtual. Cabe aclarar que los usuarios pueden ser personas, bandas musicales, empresas, objetos, marcas, etcetera.

Objetivos específicos

- Describir, analizar y explicar las formas de consumo cultural musical, tanto en el espacio *on line* como *off line*, entre los usuarios capitalinos que formen parte de la comunidad virtual myspace y que además tengan presencia *off line* (como productores o consumidores) en la escena musical independiente de la ciudad de México.
- Comparar las formas de consumo cultural de la música -entre los músicos y el público de la escena musical independiente en la Ciudad de México- que ocurren, tanto en el espacio *on line*, como en el espacio *off line*.
- Identificar las múltiples conexiones y formas de consumo cultural musical que existen entre el espacio *on line* (acotado a myspace) y el *off line* (identificado en los foros o lugares típicos de acción de la escena musical antes mencionada).

A partir de mis observaciones exploratorias en campo he detectado algunos rasgos y características que me han permitido aproximar algunas variables para el logro de mis objetivos en este proyecto.

Delimitación general de la unidad de observación y análisis.

Myspace es un sitio Web abierto al público en general y organizado bajo la forma de *perfiles*. Estos *perfiles* son espacios que los usuarios personalizan con información relevante para la exposición de sus gustos e intereses; el texto, la imagen y el sonido son tres elementos característicos que coexisten y posibilitan la producción de sentido en las relaciones *on line* de esta comunidad virtual. Cabe aclarar que los usuarios pueden ser personas, bandas musicales, empresas, objetos, marcas, etcétera.

Alrededor del mundo es común pertenecer a grupos de redes sociales vinculados con la música, actualmente estas formas de agregación social son evidentes también en Internet, así, la actividad social *on line* y *off line* genera y reproduce nuevos contactos entre personas, repercutiendo en su vida cotidiana. Refiriéndome específicamente a la Ciudad de México, myspace ha adquirido gran impacto y aceptación dentro de la escena musical; pues muchas veces los actores que se desenvuelven en este campo, se conectan a comunidades virtuales por el interés de hacer y acceder a música independiente.

Por otro lado, en el espacio *off line* mi unidad de observación y análisis son, en esta fase del trabajo de campo, los foros y espacios de concierto donde se congregan los usuarios de myspace. Actualmente he situado mi observación en el Centro cultural España, el Pasagüero, Dada X, El real under, Hostal virreyes y lugares que elige myspace México para los secret show.

Esta selección fue producto de una revisión previa de los anuncios a eventos musicales que aparecen en distintos perfiles de myspace.